



O PODER DA TRANSFORMAÇÃO

Relatório de Gestão
2017



ANUÁRIO DE BORDO – INTRO

① MENSAGEM DA COMISSÃO EXECUTIVA

O PODER DA TRANSFORMAÇÃO

2017 será lembrado por muitos anos e muitas gerações. É um legado de realização que deixamos para o futuro do nosso Grupo.
Mas 2017 não começou em... 2017.

Tal como os cereais que fazem as nossas cervejas, vem sendo plantado há vários anos.

Começou em 1890, quando 7 fabricantes de cervejas do Norte abdicaram dos seus negócios separados para criarem uma empresa comum a que chamaram CUIP. Continuou ao longo do século XX, em dezenas de momentos históricos diferentes, como o lançamento da Super Bock em 1927 e a mudança de instalações para Leça do Balio, em 1964. Reforçou-se em 2011, quando investimos 100 milhões de euros numa das fases mais críticas da história recente do nosso país. Continuou em 2015, quando iniciámos um triénio em que repensámos o nosso futuro e a nossa estratégia, face à recuperação tímida da economia e à perda de Angola como destino de exportação.

Semeámos bem, escolhemos os ingredientes certos, colhemos melhor, deixámos fermentar o tempo adequado e agora podemos apreciar 2017 com orgulho.

Este foi um ano marcante em que assumimos uma nova identidade corporativa, celebrámos o 90.º aniversário da Super Bock e tivemos os melhores resultados de sempre, com um volume de vendas de 521 milhões de euros. Reforçámos lideranças no mercado interno, crescemos significativamente na China, hoje o nosso segundo mercado, e prosseguimos o investimento noutras geografias.

É à nossa capacidade de transformação coletiva que devemos o nosso sucesso.

Este mundo, composto de mudança, transforma-se todos os dias, meses, anos. Podemos ficar à espera de ser transformados por ele e contar com a sorte. Ou podemos liderar essa transformação e contar com o nosso engenho.

Mas para nos transformarmos, precisamos primeiro de saber em quê. Para isso, é preciso saber o que somos, saber o que queremos ser e tomar as decisões que nos permitam lá chegar. Descobrimos que somos ambiciosos, focados em pessoas, com uma enorme vontade de nos superarmos e de atingir a excelência no nosso trabalho.

Transformar implica também visão e paixão. É preciso cerrar os punhos e fazermos-nos ao mar com um sonho nos olhos. Sabendo que fazemos este percurso acompanhados das melhores pessoas e que, quando chegarmos ao outro lado, seremos uma versão melhorada de nós mesmos, temperada pela experiência, pela aprendizagem e por uma confiança redobrada nascida da superação.

Este ciclo de transformação, iniciado há 3 anos, foi tudo menos fácil:

Em 2015, perdemos Angola como principal mercado de exportação; fechámos uma fábrica em Santarém; avançámos com mais uma reestruturação difícil que abrangeu, transversalmente, todas as nossas equipas e se traduziu numa redução da nossa força de trabalho, em cerca de 15%. Mas investimos também em maior capacidade fabril nos domínios de cerveja e águas; apostámos na valorização do capital humano, através de um programa de formação inovador e do reconhecimento do talento e do empenho; fomos à procura de novos mercados. Prosseguimos o nosso caminho, em 2016, com a reformulação da nossa Missão; chegámos a uma nova Visão, “Paixão Local, Ambição Global”, que se tornou num estímulo para fazermos do mundo a nossa casa; criámos em Moçambique a nossa primeira operação de raiz fora de Portugal; recolocámos o mercado interno na senda do crescimento.

Chegamos finalmente a 2017, um ano de feitos notáveis para o qual todos contribuíram: assistiu-se ao sucesso da campanha dos 90 anos da Super Bock, que elevou a marca para patamares de visibilidade inéditos; duplicou-se o negócio na China (40% das nossas exportações) e voltou a passar-se a barreira dos 100 milhões de litros de cerveja exportada; os produtos de pressão voltaram a aumentar o seu peso no total de vendas; Pedras Salgadas, especialmente Sabores, cresceu de forma extraordinária; Somersby manteve-se invicta; melhorou-se todos os índices de Qualidade, Serviço e Eficiência na Produção & Logística; a capacidade de converter resultados em tesouraria manteve-se muito forte; ajustámos os Valores da empresa ouvindo os nossos colaboradores e elegendo juntos a “Superação com Ambição”, a “Confiança nas Pessoas” e o “Fazer com Excelência” como pilares.

2017 foi também o ano em que transformámos a forma como somos chamados. Éramos Unicer, passámos a ser Super Bock Group. Um novo nome inspirado na ideia de superação que a nossa cerveja mais famosa transporta no próprio nome. Um novo nome feito de contrastes entre passado e presente, humildade e orgulho, raízes e modernidade, tradição cervejeira e inovação industrial. Um novo nome que nos ajudará neste caminho de transformação em direção a um futuro mais bem-sucedido, mais internacional, mais português e, sobretudo, mais nosso.

Terminamos com um agradecimento indispensável aos nossos Acionistas, cujo apoio foi crucial e decisivo para os resultados alcançados em 2017. É o seu desafio e estímulo permanente que nos permitem continuar este ciclo de transformação e chegar cada vez mais longe em Portugal e no mundo.

ANUÁRIO DE BORDO – INTRO

② ÍNDICE

ANUÁRIO DE BORDO – INTRO

1. Mensagem da Comissão Executiva
2. Índice
3. Resultados Consolidados 2017

INVENTÁRIO NÁUTICO

1. Missão
2. Visão
3. Valores
4. Carta de Cultura Autêntica
5. Organigrama
6. História da Empresa
7. Modelo de Governo
8. Gestão de risco
9. Corpos Sociais
10. Distribuição Geográfica do Grupo

ARQUIPÉLAGO DAS MARCAS

1. Super Bock
2. Super Bock Selecção 1927
3. Carlsberg
4. Pedras
5. Vitalis
6. Somersby

CONTINENTE DOS MERCADOS

1. Mercado interno
2. Mercado externo

PENÍNSULA DOS INVESTIMENTOS, DESENVOLVIMENTOS E CONQUISTAS

1. Inovação
2. Turismo
3. Maltibérica
4. Casa da Cerveja

CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

1. Visão Estratégica 2017-19
2. Stakeholders
3. Cadeia de Valor
4. Compromisso com Iniciativas Externas
5. Desempenho Económico
6. Desempenho Ambiental
7. Desempenho Social

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

1. Indicadores Relevantes
2. Sobre o Relatório

ANUÁRIO DE BORDO – INTRO

③ RESULTADOS CONSOLIDADOS 2017

Super Bock Group em números:

24

MARCAS

52

DIVERSIDADE DE MARCAS

20

INOVAÇÕES DE PRODUTO

PERSPETIVA AMBIENTAL

Consumo de energia (MJ/hl)
84,6

Emissões de GEE (kg CO₂e/hl)
6,5

Consumo de água (hl/hl)
2,8

PERSPETIVA SOCIAL

Colaboradores (N.º)
1.278
121% rácio entre salário
mínimo no Super Bock Group
e nacional

Formação
588 Ações (N.º)
4.438 Participações (N.º)
31.319 Volume de formação
(horas x formandos)
874.038 Investimento (€)

Voluntariado
248 Colaboradores
164 Horas (N.º)
9 Iniciativas (N.º)
261 Beneficiários (N.º)

PERSPETIVA ECONÓMICA

Litros produzidos (Milhões de litros)
573

Resultado líquido (Milhões de €)
51

Vendas (Milhões de €)
520.865



INVENTÁRIO NÁUTICO

1 MISSÃO

- Sermos uma empresa com credenciais cervejeiras que se dedica, com paixão, à produção de bebidas e ao desenvolvimento de marcas, excelentes e apreciadas por todos.
- Inovarmos continuamente para cativar e surpreender clientes e consumidores.
- Apostar no crescimento e valorização das nossas pessoas e das nossas marcas, os maiores ativos da empresa.
- Gerar impacto positivo, a médio e longo prazo, na sociedade, contribuindo para o desenvolvimento sustentável, obtendo o reconhecimento e a valorização adequados por parte da comunidade e dos acionistas.

2 VISÃO



**Paixão
Local
Ambição
Global**

3 VALORES



**SUPERAMOS COM
AMBIÇÃO**



**CONFIAMOS NAS
PESSOAS**



**FAZEMOS COM
EXCELÊNCIA**

INTEGRIDADE

4 CARTA DE CULTURA AUTÊNTICA

Temos uma paixão inesgotável. Sentimos orgulho pelo nosso legado, pelas nossas marcas e pelo que edificamos todos os dias. Superamo-nos. Mobilizamos mundos e fundos para fazer acontecer o impossível. Somos resilientes. Resistimos e melhoramos.

Aprendemos com os erros e as crises. Somos ambiciosos. Sabemos onde queremos estar. Somos aguerridos – a frustração não nos trava. Somos verticais. Somos vertebrados por valores e princípios inquebráveis. Comprometemo-nos.

Empenhamo-nos na nossa missão e não abandonamos o barco. Perseguimos a excelência. Somos responsáveis e fazemos sempre o melhor. Superamo-nos diariamente para exceder as expectativas dos nossos clientes e consumidores. Somos parceiros. Juntamo-nos a quem acrescenta valor para irmos mais longe. Ancoramos na confiança. Construimos equipas fortes que trabalham juntas, promovendo sinergias. Somos alegres. Dá-nos gozo trabalhar nesta casa.

Celebramos quem somos e o que fazemos. Inspiramos. Crescemos e aprendemos com a comunidade que desafiamos e apoiamos. Desejamos ousar. Vamos arriscar por oceanos desconhecidos e assumir as rédeas do nosso futuro.



**SUPER
BOCK
GROUP**

INVENTÁRIO NÁUTICO

⑤ ORGANIGRAMA

ESTRUTURA ACIONISTA



Em fevereiro de 2018, a VIOLAS – Sociedade Gestora de Participações Sociais S.A. acordou comprar ao Banco BPI, S.A., e ao Fundo de Pensões do Banco BPI quotas correspondentes a um total de 25% do capital social e direitos de voto da VIACER – Sociedade Gestora de Participações Sociais Lda., sociedade que detém 56% do capital social da Super Bock Group, SGPS, S.A..

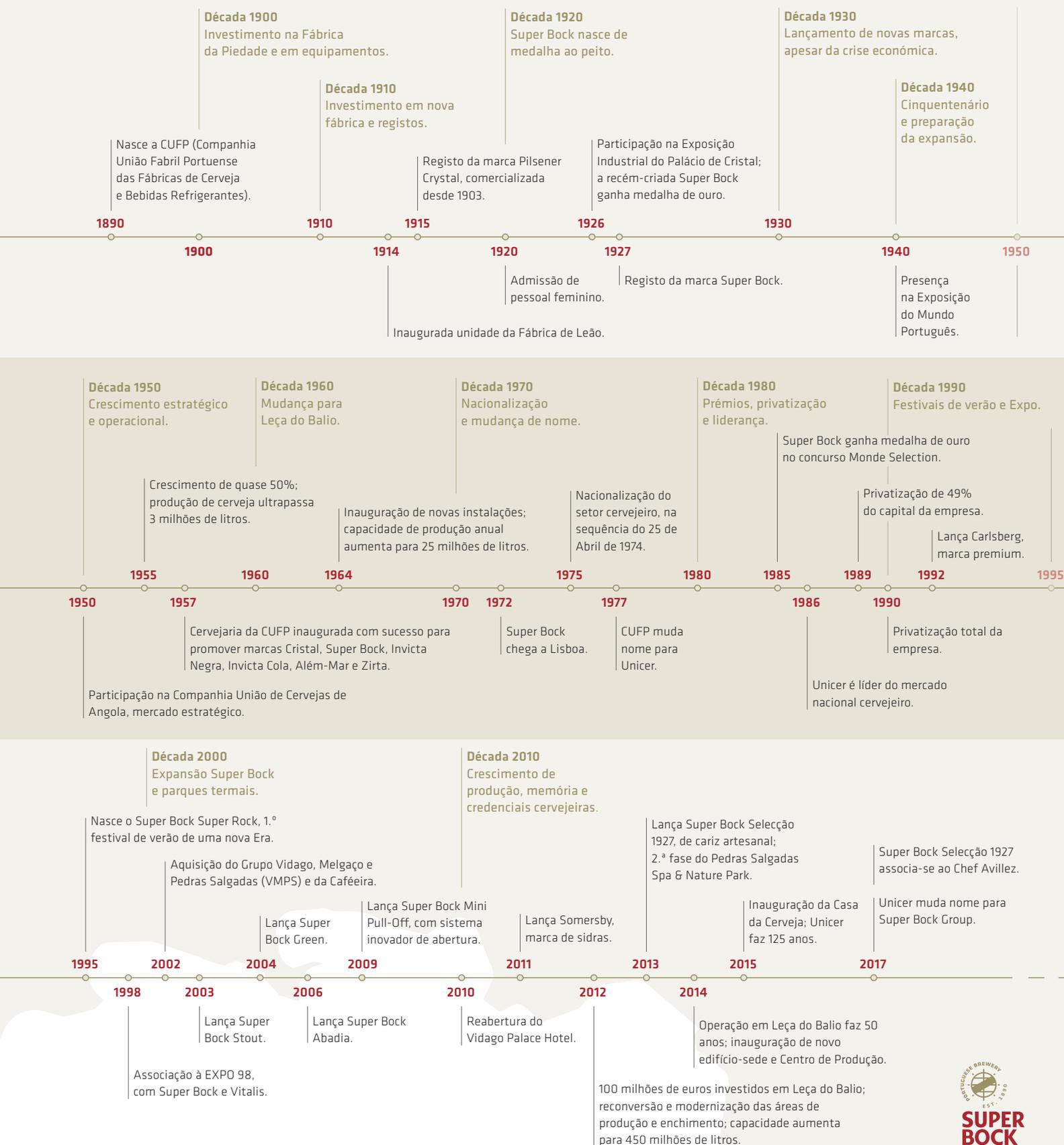
Como consequência desta operação, o grupo português encabeçado pela Violas SGPS aumentará a sua participação na Viacer dos atuais 46,5% para 71,5%, passando, indiretamente, a deter a maioria do capital social da Super Bock Group, SGPS, S.A..



INVENTÁRIO NÁUTICO



6 HISTÓRIA DA EMPRESA



INVENTÁRIO NÁUTICO

7 MODELO DE GOVERNO

A transparência é o nosso pilar na condução dos negócios do Grupo. Estes são conduzidos de acordo com padrões apropriados ao bom governo das sociedades.

A sua gestão compete ao Conselho de Administração, composto por 11 membros: 5 executivos, que formam a Comissão Executiva; 6 não-executivos. O Conselho de Administração delega na Comissão Executiva a gestão corrente da sociedade.

Em 2006, o Super Bock Group introduziu um novo modelo de governação, obedecendo às melhores práticas internacionais, que se mantém até hoje, assente na divisão de funções entre o Presidente do Conselho de Administração, a quem compete a liderança e coordenação do Conselho e a quem reporta um Comité de Auditoria Interna independente,

e o Presidente da Comissão Executiva, a quem compete a liderança da Comissão Executiva.

Com o objetivo de promover o envolvimento da gestão no desenvolvimento do Grupo, o Conselho reúne, pelo menos, uma vez por trimestre e a Comissão Executiva, por considerar mais ajustado ao acompanhamento dos negócios, reúne uma vez por semana. Anualmente, promove um encontro com todos os Quadros Superiores e Chefias, para apresentação e discussão dos resultados, acompanhamento de projetos em curso, estabelecimento de orientações de gestão e divulgação de assuntos do interesse da sociedade.

8 GESTÃO DE RISCO

A melhor forma de superar obstáculos, é antecipando-os.

Monitorizar a realidade identificando perigos, sem descuidar as oportunidades, antecipando ocorrências hostis, limitando ou erradicando ameaças ao negócio e à boa performance do Super Bock Group, são algumas das intervenções equacionadas através do modelo de Gestão de Risco adotado em 2009.

Este plano contempla 2 tipos de abordagem, *bottom-up* e *top-down*. A primeira incide sobretudo em riscos de vertente operacional; a segunda envolve a gestão de topo e inclui a avaliação de riscos estratégicos, num horizonte temporal mais alargado.

Os riscos são enquadrados em 4 categorias: Estratégicos (Mercado, Concorrência, Risco Político, etc.), Financeiros (*Reporting*, Estrutura de Capital, Custo do Capital, Risco Cambial, etc.), Operacionais (Tecnologia, Processos, Pessoas, Infraestruturas e Informação) e de *Compliance* (Legal, Fiscal, Regulamentar, etc.).

As ações estabelecidas para a redução do nível de exposição ao risco são acompanhadas pela área responsável pelo modelo de Gestão de Risco.

9 CORPOS SOCIAIS

Mesa da Assembleia-Geral

Pedro Nuno Fernandes de Sá Pessanha da Costa,
Presidente

Luís António Costa Reis Cerquinho da Fonseca,
Vice-presidente

José António Abrantes Soares de Almeida,
Secretário

Conselho de Administração

Manuel Soares de Oliveira Violas,

Presidente do Conselho de Administração

Armando Costa Leite de Pinho

António Cândido Seruca de Carvalho Salgado

Anna Cecilia Gunnarsson Lundgren

Michiel Jeroen Herkemij

Andreas Bernhard Kirk

Rui Manuel Rego Lopes Ferreira,

Presidente da Comissão Executiva

Carlos César de Moraes Teixeira,

Executivo

Luís César Bernardes da Costa Moreira,

Executivo

Cláudio Rodrigues Mateus,

Executivo

Nuno Ramiro da Fonte Fernandes Salgado Bernardo,

Executivo

Conselho Fiscal

Alberto João Coraceiro de Castro,

Presidente

José Alberto Pinheiro Pinto,

Vogal efetivo

Álvaro José Barrigas do Nascimento,

Vogal efetivo

Amadeu José de Melo Moraes,

Vogal suplente

Revisor Oficial de Contas

PricewaterhouseCoopers & Associados – Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda..

Representada por Joaquim Miguel de Azevedo Barroso, R.O.C..



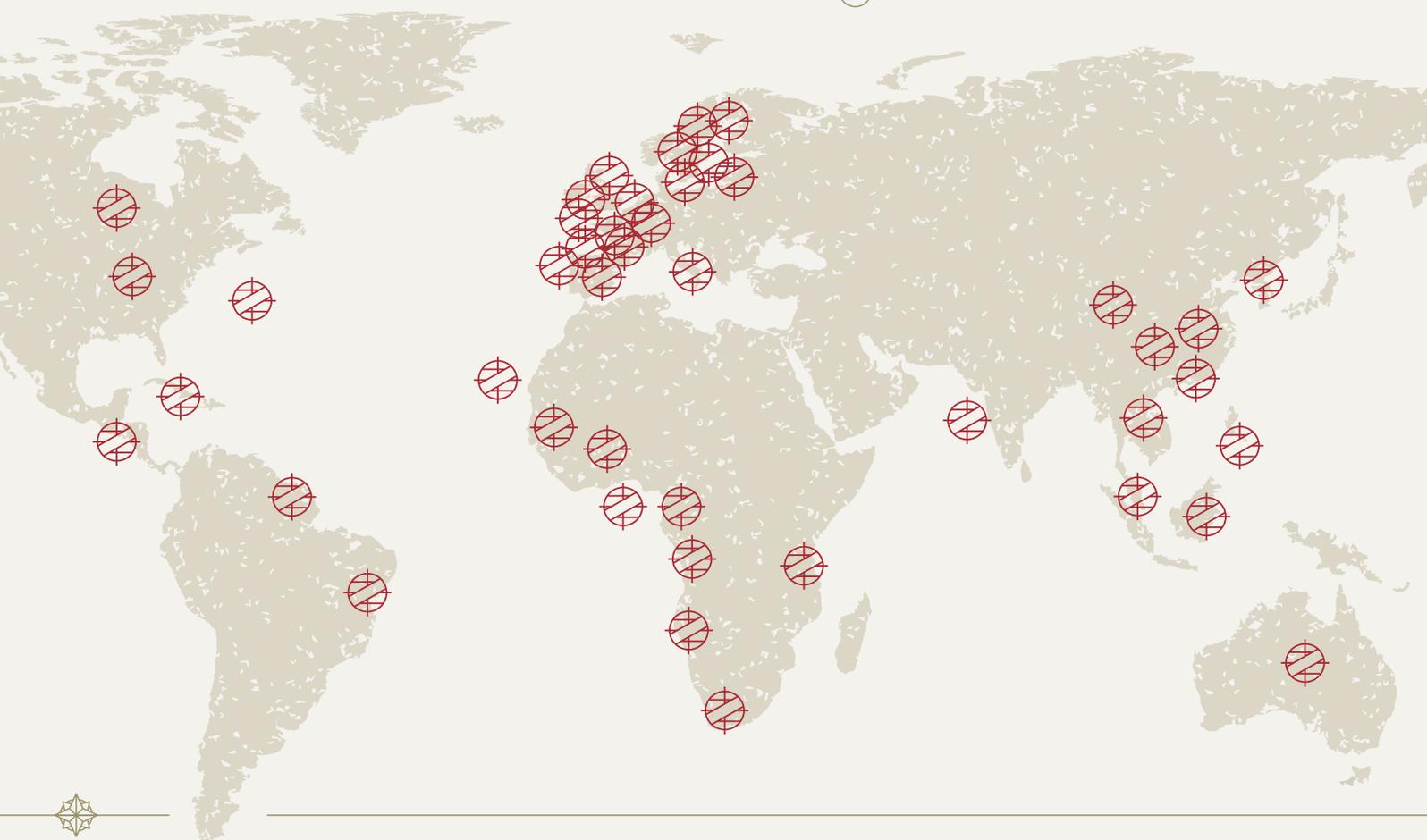
**SUPER
BOCK
GROUP**

INVENTÁRIO NÁUTICO

10 DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DO GRUPO

Sede - Leça do Balio

- Águas/Turismo
- Cerveja
- Entrepósitos Logísticos
- Vendas
- Vinhos
- Maltibérica



ARQUIPÉLAGO DAS MARCAS



① SUPER BOCK

CULTURA SUPER BOCK

Celebrando bons momentos. Presença ativa em música, futebol e festas (universitárias e populares).

Destaques

- Super Bock Super Rock e Festivais de Verão;
- Super Bock Super *Rock Urban Art - Workshop* em colaboração com os Under Dogs; exposição de Guitarra Gigante criada pelo artista Bordalo II, utilizando materiais reciclados;
- A Rádio SBSR.fm marcou presença nos principais Festivais de Verão com transmissão *live stream*;
- Super Bock é a marca mais associada à música pelos consumidores (36% de expressão vs. 31% em 2016);
- Reforço do uso dos ecopos reutilizáveis;
- Comemorações Académicas e Festas Populares;
- Parceria com a Uber em festas Académicas;
- Reforço da plataforma dos Super Adeptos no digital e SportTV;
- Parceria com o Futebol Clube do Porto e Sporting Clube de Portugal.

CAMPANHA “90 ANOS”

Filme é um álbum-de-família-em-movimento da Super Bock e do país desde 1927.

Destaques

- Conceito: 90 anos a fazer amigos;
- Recriação de uma edição especial com rótulos e garrafas antigas, reforçando o conceito do filme e "o que é autêntico nunca muda";
- Notoriedade fora da escala;
- Prata nos Prémios de Eficácia.

CAMPANHA “90 VERÕES A FAZER AMIGOS”

Filme é um álbum-de-lembranças-em-movimento de verões passados.

Destaques

- Conceito: 90 verões a fazer amigos, retratando os verões marcantes dos últimos 90 anos entre amigos;
- Mensagem: O verão que tu quiseres.

TOUR ARTE URBANA

Viagem pela *street art* de Lisboa, entre o Marquês de Pombal e Marvila.

Destaques

- Patrocínio Muro | Festival Arte Urbana LX_2017;
- “Amizade Autêntica”, empena criada por *The Cover*;
- Experiência *Body Marbling*.

CAMPANHA “FILME-DO-ANO”

Filme de fim-de-ano feito com conteúdos criados por consumidores.

Destaques

- Conceito: “acabar bem é começar de novo”, produzido em exclusivo e pela 1.º vez, com conteúdos de consumidores, carregados na plataforma www.superbockfilmedoano.pt;
- Participação de mais de 746 consumidores e foram carregadas cerca de 1000 fotografias.



ARQUIPÉLAGO DAS MARCAS

② SUPER BOCK SELEÇÃO 1927

THAMES PORTER EDIÇÃO LIMITADA

Inspirada na cerveja bebida pelos estivadores londrinos do século XVIII.

SUMMER ALE EDIÇÃO LIMITADA

Inspirada na cerveja dourada nascida nos anos 70, na costa sudeste de Inglaterra.

CHEF AVILLEZ

Parceria com o primeiro chef português a receber o prestigiado *Grand Prix de L'Art de La Cuisine*.

TASCAS NA BAIXA

Evento gastronómico que permitiu petiscar à boa moda portuense.

Características

- Malte fumado, sabor doce e torrado com notas de chocolate e café.

Características

- Malte de trigo;
- Perfeita para harmonizar com marisco, salada e refeições picantes.

Destaques

- Campanha TV;
- Conceito: Harmonização cervejeira à mesa.

Destaques

- *Showcase* de diversidade cervejeira e harmonização com pratos típicos portugueses;
- *Beer Talks* com convidados especiais.

③ CARLSBERG

THE DANISH WAY

Campanha que convidou consumidores a descobrirem e experimentarem o estilo de vida dinamarquês.

TERRITÓRIOS DA MARCA: MÚSICA E PADEL

Associação à música eletrónica alternativa e desporto.

Destaques

- Campanha publicitária contou com a participação do ator Mads Mikkelsen.

Destaques

- Lisb-on e *Open Carlsberg*.

④ PEDRAS

PEDRAS SUPERSTAR

Reforço da liderança de Pedras em quota de mercado.

PEDRAS SABORES

Campanha com um dos melhores resultados de sempre do Super Bock Group.

Destaques

- Campanha "Deixa o melhor de ti vir ao de cima";
- Conceito: 100% Natural.

Destaques

- Aumento de 40% de Volume/Valor;
- Filme "Descobre as outras cores da natureza" arrecadou aproximadamente 2 milhões de visualizações no Youtube;
- Líder *Off-Trade*;
- Lançamento de um novo sabor - Lima e Hortelã;
- Lançamento de Pedras Limão 1L.

ARQUIPÉLAGO DAS MARCAS



⑤ VITALIS

PATROCÍNIO COMITÉ PARALÍMPICO

Campanha de apoio aos nossos super-atletas.

Destaque

- Sede de vencer

DESPORTO E VIDA SAUDÁVEL

Destaques

- Promoção continuada do desporto e estilo de vida saudável;
- *Sponsoring* a federações e comités desportivos;
- Aumento de cerca de 10% em volume vs. 2016.

⑥ SOMERSBY

CAMPANHA

“Um mundo do outro Mundo”
Domínio na categoria Sidras.

Destaques

- 9 milhões de litros vendidos, que elevaram a quota de mercado em valor no *off-trade* para 86,2%;
- Lançamento de nova garrafa 20cl de abertura fácil;
- Ativações em festivais de verão;
- Festa Somersby *Sunreal* Porto;
- Somersby *Cookies* (ativação digital);
- Premiado pelo SAPO “Excelência da Comunicação *Online*”.



CONTINENTE DOS MERCADOS

① MERCADO INTERNO

- Crescimento muito significativo das vendas de cerveja, sidras e águas.
- Conquista de quota nos canais *On* e *Off-Trade*, nas categorias de cervejas e águas com gás.
- Liderança da marca Super Bock no total de mercado e em cada um dos canais (*On* e *Off-Trade*).
- Forte aposta no desenvolvimento das categorias de cervejas, sidras e águas, em colaboração com parceiros.
- Ganho de quota muito expressivo na cerveja em pressão, via promoção de diversidade e experiência cervejeira.
- Redução da área de vendas diretas em Lisboa (alargando território da Rede).
- Super Bock Group eleito pela grande distribuição como parceiro preferido, pelo 4.º ano nos últimos 5 anos.

OVERALL

- + 5% vs. 2016 (crescimento volume).
- Crescimento na larga maioria dos mercados – destaques: Alemanha, Reino Unido, Espanha e França.
- Pedras com excelente performance (12%).
- Reforço de 0,9 p.p. de quota nas exportações.

OVERALL PAÍSES

- **França:** patrocinador de grandes eventos da comunidade portuguesa.
- **Espanha (Galiza):** crescimento em *on-trade* (10%) e *off-trade* (25%) vs. 2016.

② MERCADO EXTERNO

ÁFRICA

Várias campanhas de marketing.

Cabo Verde

- 1.ª Campanha TV;
- Rede *outdoor always on*.

Moçambique

- Campanha de comunicação TV;
- Presença da marca Super Bock em festivais de música.

Angola

- Super Bock volta a comunicar em TV;
- Foco na comunicação digital.

EUROPA

Super Bock

Reposicionamento da marca na Europa, construindo as credenciais cervejeiras e reforçando o posicionamento em música.

Espanha

- Lançamento edição especial em barril;
- Patrocínio do Festival SonRias Baixas;
- Super Bock *Under Sessions*;
- Conquista 1.º *flagship* música;
- 1.ª campanha de comunicação original TV e digital;
- Seleção parceiro de comunicação e agência digital.

Suíça

- Seleção da agência digital;
- Patrocínio *Lake Parade*;
- Super Bock *Under Sessions* com foco em Genebra e Lausanne.

Reino Unido

- Patrocínio do Festival IMINENTE.

ORIENTE

Sob o mote do “*unparalleled hero*”, a Super Bock continuou a desenvolver o seu posicionamento de marca *premium* importada, reforçando o caráter inovador e as credenciais cervejeiras.

Campanhas

- Rede *outdoor* – principais cidades onde tem presença;
- 1.ª campanha de comunicação digital (iVideo) – notoriedade;
- Plataformas sociais – campanhas de interação com os consumidores;
- Plataformas eCom – abertura de canal e com a entrada nas principais plataformas locais;
- Ação integrada *online* e *offline* para Ano Novo Chinês.



**SUPER
BOCK
GROUP**

PENÍNSULA DOS INVESTIMENTOS, DESENVOLVIMENTOS E CONQUISTAS

① INOVAÇÃO

- Investimento – aumento de capacidade nas linhas de enchimento nos sites de Leça do Balio e Águas.
- Reestruturação e reforço da equipa de I&D.
- Projeto de fundo que redefiniu processos, ambição e pilares estratégicos para cada categoria, bem como o *pipeline* de inovação para os próximos 5 anos.
- Investimento na modernização da Oficina da Cerveja e integração no circuito de visitas da Casa da Cerveja.
- Projetos em colaboração com principais parceiros:
 - Pedras Limão 1L com Logoplaste;
 - Garrafa Super Bock 90 anos com BA Glass.
- Colaboração com diferentes universidades e *stakeholders*.

② TURISMO

RESULTADOS

Melhoria EBITDA: 59% (vs.2016).

Aumento Receita: 13%.

Diminuição Gastos: a rondar 23%.

PRÉMIOS INTERNACIONAIS

Vidago Palace reconhecido nos *World Luxury SPA Awards*.

Pedras Salgadas reconhecido nos *ESPA Awards*.



VIDAGO - RECEITA DE ALOJAMENTO

Alojamento: 49% (vol. negócios).

Restauração (F&B): 36%.

Golfe: 8%.

SPA: 5%.

Taxa de ocupação: 45% (aumento de cerca de 3% vs. 2016).

PEDRAS SALGADAS SPA & NATURE PARK

Taxa de ocupação de 50% (aumento de 5 p.p. vs. 2016).

REDES MUNDIAIS VIRTUOSO

Vidago Palace Hotel pertence à *Leading Hotels of The World*.

Pedras Salgadas Spa & Nature Park pertence à *Design Hotels*.

As redes permitem divulgação além-fronteiras junto de operadores turísticos internacionais, o que levou a um aumento significativo de estadias.

GOLFE

Crescimento do mercado estrangeiro como efeito da aposta na internacionalização:

número de voltas internacionais passou de 25%, em 2016, para 34%, em 2017.

O Golfe de Vidago continua no *ranking* dos melhores *resorts* da Europa, no Top 60 do site *Leadingcourses* e já viu renovados para 2018 os mesmos torneios organizados em 2017.



NOVIDADES

Vidago Palace: início da construção do novo Kids Club; abertura de novo espaço para refeições, A Garrafeira.

Parque de Pedras: início da construção do Museu de Pedras; projetos de requalificação da envolvente do Parque, que visam o contacto com a natureza.

PENÍNSULA DOS INVESTIMENTOS, DESENVOLVIMENTOS E CONQUISTAS

③ MALTIBÉRICA

- Continuidade do trabalho de fomento e incentivo ao cultivo da cevada dística cervejeira, em particular no Alentejo e Ribatejo.
- Áreas cultivadas e quantidades obtidas voltaram a aumentar, fruto da relação existente entre a Maltibérica, as organizações de produtores e os agricultores, assim como do trabalho de acompanhamento em campo e as parcerias existentes com várias entidades científico-tecnológicas.
- Mercado: +5% vol. Vendas (vs. 2016); consolidação da base de clientes.
- Resultados líquidos e operacionais: cresceram de forma relevante.

④ CASA DA CERVEJA

- Celebração 90 anos Super Bock: entrada livre com fim de semana lotado.
- Nova parceria com a TDT (*Touristic Douro Tours*), para reforçar integração no mercado da cultura, lazer e turismo da região Norte de Portugal.
- Campanha de comunicação: difusão de filme pelas redes sociais que mostra o espaço e faz convite à visita.



CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

① VISÃO ESTRATÉGICA 2017-19

A Estratégia de Sustentabilidade do Super Bock Group para o período de 2017-19, foi definida com base numa auscultação de *stakeholders*, internos e externos, efetuada no final de 2016 e numa análise de *benchmarking*.

Os temas de Sustentabilidade, a serem considerados na definição da Estratégia de Sustentabilidade do Grupo Super Bock, resultaram do cruzamento de opiniões dos *stakeholders* com o impacto dos temas do Grupo.

	Prioridade estratégica	KPI	Meta	Prazo	Desempenho 2017
DIMENSÃO ECONÓMICA	Garantir a qualidade e segurança dos produtos	Número de reclamações de produto por milhão de unidades produzidas	≤0,13	2017	0,11
		Tempo de resposta máximo a reclamações (dias)	15 dias	2017	14 dias
		Implementação da IFS (norma específica de Segurança Alimentar)	Site de Leça do Balio certificado pela IFS	2017-19	Definição e implementação do plano de ação, por cada área envolvida na implementação da norma IFS. Formação sobre os requisitos da norma à equipa de projeto (+ de 50 colaboradores).
	Potenciar o valor das marcas	QM em valor SBG (cerveja) total mercado/ano	≥ 49,6 (dados Nielsen)	2017	49,9%
		QM em valor SBG Águas com Gás total mercado/ano	≥ 53 (dados Nielsen)		53,6%
		QM em valor SBG Sidras (<i>Off-Trade</i>)	≥ 85,3 (dados Nielsen - Hiper e Super)		86,2%
	Diversificar os mercados de atuação	Percentagem do volume de negócios Super Bock Group nos mercados externos	Aumento de 15 p.p.	2020	Aumento FTE's. Reforço de campanhas de comunicação e visibilidade.
	Inovar	Percentagem do crescimento acima do crescimento do mercado, gerado pela inovação (vendas de 2016 para 2023 - Mercado Interno)	50%	2023	Redefinição dos processos, ambição e pilares estratégicos para cada categoria, bem como o <i>pipeline</i> de inovação para os próximos 5 anos.
	Gerir a Cadeia de Valor de forma sustentável	Número de fornecedores principais incluídos no modelo de reuniões trimestrais (SRM)	90% de fornecedores no nível A (>85%) (Matérias e Embalagens)	2017-18	90% nível A
		Número de auditorias a fornecedores, incluindo a avaliação ao cumprimento do Código de Conduta a Fornecedores (n.º)	20	2017	35
Redução do peso das principais garrafas de plástico (%)		6%	2019	33cl (-11%) / 50cl (-4%) / 1,5L (-6%) Em curso: garrafão 6L	
Redução do peso das principais garrafas de vidro (%)		3%	2019	Estudos iniciados para a redução das garrafas de vidro, com implementação prevista em 2018.	
Avaliação do inquérito de sustentabilidade a fornecedores [1-5]		≥ 4,2	2019	A implementar: revisão do inquérito de Sustentabilidade a fornecedores.	



CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

① VISÃO ESTRATÉGICA 2017-19

	Prioridade estratégica	KPI	Meta	Prazo	Desempenho 2017
DIMENSÃO AMBIENTAL	Racionalizar o consumo de água	Consumo específico de água (hl/hl) no centro de produção de LB	2,8 hl/hl	2017	2,8
	Consumir energia de forma eficiente e combater as alterações climáticas	Consumo específico de energia	24,5 kWh/hl	2017-18	23,5
		Emissões específicas de gases de efeitos de estufa	6,0 Kg/hl	2017	6,5
DIMENSÃO SOCIAL	Atrair, reter e potenciar o talento das Pessoas	Taxa de saída de quadros superiores (%)	< 3%	Anual	1,64%
		Atratividade e retenção no recrutamento de talento jovem (Programa Tainees)	Avaliação ≥ 3,5 ([1-5]) Inquérito de Satisfação às Direções abrangidas Taxa de retenção ≥ 60%	Anual	Estrutura do Programa iniciado em 2017, com 22 admissões ocorridas em 2018. Conclusão do Programa - início de 2019.
		Taxa de mobilidade interna (%)	≥ 7% (quadros superiores)	Anual	14,9%
		Formação e desenvolvimento de equipa	Avaliação ≥ 3,0 ([1-4]) Inquérito formação Profissional (item "relevância para a função")	Anual	3,49
		Nível de comprometimento (EAS)	≥ ano anterior	Anual	81% (+ 2% vs. 2016)
	Promover a saúde, segurança e higiene no trabalho	Número de acidentes com baixa	2017 - 15 acidentes 2018 - 10 acidentes 2019 - 7 acidentes	2017-19	20
	Promover o consumo responsável	Programa de Consumo Responsável interno Programa de Consumo Responsável externo	Ações desenvolvidas no âmbito do programa Consumo Responsável	2017-19	Revisão do Regulamento Interno do Alcool e Drogas. Implementação: 2018 Desenvolvimento do projeto <i>Boost Camp</i> , que tem como objetivo a sensibilização de jovens e adultos para a temática do consumo inteligente. Implementação: 2018
Desenvolver a comunidade através da promoção da cultura e da educação	Desenvolvimento de projetos que levam à promoção da cultura e do empreendedorismo na educação e criatividade	Avaliação do impacto dos projetos na área da Educação e Indústrias Criativas	2017-19	Inquérito aos finalistas do PNIC 2017*: Tx. Resposta: 40%. Avaliação Global do Prémio: 4,3 (escala de 1 à 5, sendo 5 o melhor resultado). Comunidades Go On: Alargamento às escolas sec. das Comunidades de Matosinhos, Chaves e Pedras Salgadas. 1.ª fase - escolas do Porto e Matosinhos. Avaliação do Impacto a realizar no final do programa, em 2018.	

* Prémio Nacional Indústrias Criativas de 2017



CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

② STAKEHOLDERS

Acionistas e investidores

criação de valor

- Estratégia de negócio
- Reuniões periódicas

Colaboradores

DESENVOLVIMENTO DE COLABORADORES; EQUILÍBRIO TRABALHO-FAMÍLIA; PROPORCIONAR CONDIÇÕES DE TRABALHO ADEQUADAS

- Clarificação de funções e papéis
- Inquérito Cultura e Clima
- Implementação de ações de melhoria decorrentes do inquérito de satisfação aos colaboradores
- Melhoria das plataformas de comunicação
- Formação
- Desenvolvimento de carreira
- Modelo RUMO de gestão de desempenho
- Projetos de Voluntariado
- Projeto de Natal

Entidades Oficiais

RELACIONAMENTO BASEADO NA CONFIANÇA E TRANSPARÊNCIA

- Cumprimento rigoroso da lei
- Disponibilizar informação

Clientes

SATISFAÇÃO COM PRODUTOS SERVIÇOS; RELAÇÃO DE CONFIANÇA

Pontos de Venda Horeca

- Linha comunicação consumidor
- Servida a rigor
- Serviço + AT
- Avaliação do nível de serviço ao cliente
- Auditorias a clientes
- SBG Direto
- Revista *Uni mag*

Pontos de venda Take Home

- Serviço de atendimento e *Backoffice*
- Avaliação nível serviço ao cliente
- Estudos de satisfação clientes
- Super Bock Casa da Cerveja
- Revista *Trade*

Distribuidores

- Programa excelência
- Serviço de atendimento e *Backoffice*
- Avaliação do nível de serviço ao cliente
- Estudos de satisfação cliente
- Super Bock Casa da Cerveja
- Revista *Trade*

Comunidade Local

PRESERVAÇÃO AMBIENTAL; CONTRIBUTO PARA O SEU SUCESSO E DESENVOLVIMENTO

- Projeto de Apoio às Indústrias Criativas
- Concessão de patrocínios/apoios
- Mecenato
- Projeto Natal
- Projetos com as comunidades locais
- Projetos de apoio à educação
- Projeto Cais Recicla
- Super Bock Casa da Cerveja

Consumidores

CONFIANÇA E SATISFAÇÃO COM OS PRODUTOS/AGILIZAÇÃO DE VIAS DE COMUNICAÇÃO EFICAZES

- Estudos de Mercado
- Linha Comunicação Consumidor
- Site Super Bock Group
- Sites marcas
- Novos produtos/ inovação
- Super Bock Casa da Cerveja
- Comunicação comercial

Organizações

OTIMIZAÇÃO DOS INTERESSES MÚTUOS NUM CONTEXTO DE INTERDEPENDÊNCIA

- Reuniões periódicas

Fornecedores

IMPLEMENTAÇÃO DE SOLUÇÕES GERADORAS DE COMPETITIVIDADE E SUSTENTABILIDADE PARA OS NEGÓCIOS DE AMBAS AS PARTES

- Reforço das parcerias com os principais fornecedores
- Monitorização de processos

Órgãos de Comunicação Social

RELACIONAMENTO TRANSPARENTE E PROFÍCUO; PARTILHA DO DESEMPENHO DA EMPRESA

- Encontros com jornalistas
- Respostas a pedidos de informação
- Facilitação do acesso à informação
- *Media Center/Site* Institucional

Universidades; Instituições Científicas; Associações Setoriais

INCENTIVAR DIÁLOGO À CRIAÇÃO DE RELAÇÕES DE PARCERIA

- Protocolos de colaboração
- Resposta a pedidos de informação de estudantes
- Visitas
- Participação ativa nas associações relacionadas com a atividade da empresa

CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

3 CADEIA DE VALOR

O Super Bock Group preocupa-se com a sua cadeia de valor, envolvendo colaboradores e parceiros de negócio na otimização de recursos, na valorização da matéria-prima, na qualidade e segurança do produto e no acompanhamento do ciclo de vida das embalagens.



4 COMPROMISSO COM INICIATIVAS EXTERNAS

O Super Bock Group considera fundamental para o seu trabalho interagir com associações ligadas à sua atividade ou que trabalhem em áreas prioritárias para a empresa, como a educação, inovação, sustentabilidade, inclusão e promoção da cidadania. Com cooperação e responsabilidade, juntos participamos no desenvolvimento global. Das diversas alianças que mantemos, destacamos as seguintes:



CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

5 DESEMPENHO ECONÓMICO

MACROECONOMIA

2017

Economia mundial: +3,6% (+0,4 p.p. vs. 2016).

Economias avançadas: +2,2% (EUA, Zona Euro e Japão).

Economias emergentes: +4,9% (América Latina).

Zona Euro - causas: condições financeiras mais favoráveis; preços do petróleo relativamente baixos; recuperação do mercado laboral; acesso favorável a crédito bancário; confiança dos agentes económicos.

Portugal: crescimento da economia cerca de 2,5%.

Portugal – causas: aumento da procura interna, ex. maior aquisição de automóveis; aumento da procura externa, como efeito do turismo.

Portugal – taxa de inflação: 1,6%. Dinâmica alimentada pela aceleração do preço dos bens energéticos e dinamismo do turismo.

2018

Mundo: perspetivas de crescimento económico positivas.

Zona Euro: perspetivas favoráveis; crescimento mais reduzido (perto de 2,3% pleno emprego); PIB real +2,2%; riscos com Brexit e eleições italianas.

Portugal: perspetivas favoráveis; evolução económica entre 2,1% e 2,3%; taxa de desemprego: 7,5%; taxa de inflação: 1,7%.

SUPER BOCK GROUP

2017

Vendas: 521 M. Eur. (+15% vs. 2016).

Causas: mercado interno (+10% = +38 M. Eur. vendas vs. 2016); mercados externos (+39% = +31 M. Eur. vendas vs. 2016).

Destaques Mercado Interno

Super Bock: quota mais elevada dos últimos 10 anos.

Somersby: conquistou quota, é líder.

Águas com gás regular: manutenção e reforço da liderança.

Águas com gás sabores: reforço de quota.

Destaques Mercado Externo

Europa: +5% (vs. 2016) em volume de cerveja.

China: 40% das exportações.

Geral: consolidação da ambição global do Grupo; gestão eficiente dos preços de venda entre canais; performance das quotas de mercado; evolução favorável em volumes de cervejas e águas com gás.

Principais Investimentos

Total: 30 M. Eur. (+6 M. Eur. vs. 2016).

Refletem estabilização do plano de investimento do Grupo, após conclusão do projeto de reorganização e modernização industrial e logística em Leça do Balio.

Destaques:

- Modernização e otimização de eficiência em infraestruturas industriais e logísticas;
- Ativos de suporte à operação comercial;
- Investimentos na Linha de Tara Perdida;
- Investimentos em Colunas de extração;
- Tanques de *Beer Drive*;
- Material para eventos.



Perspetivas 2018

Continuar a estratégia dos últimos anos: melhoria permanente em todas as vertentes do negócio e prossecução do registo de elevada performance.

Atividade económica: otimização da capacidade produtiva, com investimento em I&D; valorização das nossas Pessoas, com ações de formação e dinâmicas geradoras de coesão e motivação; controlo escrupuloso em termos de Qualidade, Segurança e Ambiente (inclui redução contínua de gastos em matérias-primas, embalagens e energia).

Finanças: foco na gestão de fundo de maneo; continuação do plano de redução do valor do endividamento bancário do Grupo, aproveitando as eficientes condições operacionais do Centro de Produção de Leça do Balio.

Estratégia: reforçar posições de liderança no mercado nacional e acentuar o caráter universal da empresa, crescendo nos destinos externos, onde estão já as nossas marcas, e explorando novas geografias.

CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

5 DESEMPENHO ECONÓMICO



Criação e distribuição de valor

Dimensões (milhares de euros)	2016	2017
Receitas	420.203,84	485.134,96
Valor económico direto gerado	420.203,84	485.134,96
Custos Operacionais	282.842,91	330.673,81
Salários e Benefícios de Empregados	48.579,32	51.520,19
Pagamentos a Fornecedores de Capital	26.092,10	31.211,15
Pagamentos ao Estado	13.588,41	20.423,36
Investimentos na comunidade	326,20	346,07
Valor económico distribuído	371.428,94	434.174,58
Valor económico acumulado	48.774,90	50.960,38

6 DESEMPENHO AMBIENTAL

INDICADORES RELEVANTES

A Sustentabilidade em números

Ambientais	Unidade	2016	2017
Consumo Total de Energia	GJ	464.285	485.239
	MJ/hl	88,4	84,6
Consumo de Água	m3	1.473.250	1.595.607
	hl/hl	2,8	2,8
Gases com Efeito de Estufa	Ton	32.071	37.254
	kg/hl	6,1	6,5
Águas Residuais (CQO) - antes de tratamento	Ton	2.438	2.641
	kg/hl	0,5	0,5
Águas Residuais (CQO) - após tratamento	Ton	52	49
Eficiência de Tratamento	%	98	98
Resíduos	Ton	10.122	10.544
Taxa de Valorização	%	94	95
Subprodutos	Ton	38.826	45.151
Taxa de Valorização	%	100	100

Nota: estes indicadores referem-se às atividades diretamente relacionadas com a produção de bebidas em instalações próprias, incluindo atividades auxiliares (logística interna, produção de energia, tratamento de águas, tratamento de águas residuais e atividades administrativas e sociais).

CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

⑥ DESEMPENHO AMBIENTAL

GESTÃO AMBIENTAL

Para reduzir a pegada ecológica, a nossa Política Integrada da Qualidade, Ambiente e Segurança obedece a 3 princípios:

- Promover a prevenção e controlo integrados da poluição.
- Fomentar a ecoeficiência de processos e produtos, promovendo o uso sustentável da água, a utilização racional de energia e assegurando a integração de critérios ambientais na seleção de matérias-primas e de embalagens.
- Minimizar impactes ambientais, promovendo a redução de emissões para o ar e para a água e dos resíduos gerados e privilegiando soluções de reutilização e de valorização.

É prioridade para o Super Bock Group garantir níveis de consumos, de emissões e produção de resíduos em linha com as melhores práticas da indústria de bebidas.

Ponto de partida: identificação e caracterização dos aspetos ambientais que decorrem das atividades, produtos e serviços que desenvolvemos. Feito esse reconhecimento exaustivo, compete ao Grupo assegurar que o impacto sobre o ambiente é minimizado e controlado.

Sistema de gestão com certificação da norma NP EN ISO 14001.



PROGRAMA DE GESTÃO AMBIENTAL 2016/18

Princípios da Política Ambiental	Objetivos	Meta	Objetivo 2017	Real 2017
Prevenção e Controlo integrados da Poluição	Formação em Ambiente para todos os colaboradores	Acolhimento de novos colaboradores (100%)	100%	82%*
	Reduzir o consumo de água	Consumo específico consolidado	2,8 hl/hl	2,8 hl/hl
Ecoeficiência	Reduzir o consumo total de energia (térmica + elétrica)	Consumo específico consolidado	24,6 kWh/hl	23,5 kWh/hl
	Redução da emissão de gases com efeito de estufa	Emissão de gases com efeito de estufa	6,0 kg CO ₂ /hl	6,5 kg CO ₂ /hl
Minimizar impactes ambientais	Reduzir o impacte ambiental de derrame e de perturbações no tratamento de águas residuais	Zero acidentes com impacte no solo ou águas	0	0
	Melhorar a separação de resíduos	Taxa de valorização de resíduos (%)	(objetivo qualitativo sem meta quantificada)	95%
		Produção específica de resíduos (kg/hl)		1,8
Reduzir a carga poluente das águas residuais	CQO Águas residuais (kg/hl) Eficiência do tratamento (%)	(objetivo qualitativo sem meta quantificada)	0,5 98%	

(*) Total consolidado Ambiente, Segurança e Saúde no Trabalho a novos colaboradores a contrato e estágio.

CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

⑥ DESEMPENHO AMBIENTAL

CONSUMO DE MATERIAIS

Otimização das matérias-primas

A produção de bebidas envolve uma grande variedade de matérias-primas de origem vegetal – sobretudo cereais (malte de cevada, griz de milho e cevada), concentrados de fruta, uvas, lúpulo, açúcares, outros extratos e aromas naturais.

A sua utilização obedece a requisitos exigentes de boas práticas em termos de qualidade, segurança alimentar e gestão de existências. Deseja-se uma utilização otimizada, com um mínimo de perdas.

2017

Comprámos mais de 53.480 toneladas de cereais dos quais 35.835 toneladas de diferentes tipos de malte, 14.609 toneladas de *Gritz* e 3.036 toneladas de cevada.

Atentos às embalagens

O Grupo empenha-se em tornar as suas embalagens mais ecológicas e acompanhar todo o seu circuito de vida, dado ser responsável pela colocação de garrafas de vidro e PET, latas ou barris no mercado.

Setor das cervejas: o vidro é o maior grupo – destaque para a fração de garrafas de vidro TP (tara perdida), que tem crescido, com tendência para aumentar via exportação. **Setor das águas:** embalagens PET têm o maior peso. No caso das embalagens TP, em Portugal a responsabilidade pela gestão dos resíduos de embalagem, gerados após o consumo, é transferida do sistema Ponto Verde para a Sociedade Ponto Verde (SPV).

Os valores transacionados não se encontram disponíveis na sua totalidade, dado que o acerto da faturação ainda não está regularizado pela Sociedade Ponto Verde, à data da publicação do relatório, devido aos acertos de contas a regularizar entre as várias entidades de gestão de resíduos de embalados a operar no mercado. Em 2017, o total de embalagens TP colocadas no mercado nacional corresponderam a cerca de 85.159 toneladas em termos de materiais de embalagem.

No caso do mercado espanhol, esta responsabilidade é transferida para a Ecovidrio e foram colocados no mercado 2.273 toneladas de materiais de embalagem.

O circuito das embalagens TR (tara retornável) é integralmente gerido pelo Super Bock Group. A ecoeficiência dos produtos é promovida através do desenvolvimento de diversos projetos de simplificação e redução da gramagem.

Exemplos de projetos de redução de materiais de embalagens realizados em 2017

Área de Negócio	Medidas implementadas
Águas	Redução de gramagem das pré-formas utilizadas nas águas: PET Vitalis e Caramulo 33 cl redução de 11% / PET Caramulo 1.5L redução de 6,0%



CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

⑥ DESEMPENHO AMBIENTAL

CONSUMO DE MATERIAIS

Responsabilidade pelo produto

Renovada a certificação do Super Bock Group pelas normas EN ISO 9001, EN ISO 14001, EN ISO 22000 e OSHAS 18001.

Segurança alimentar

Duas sessões de trabalho das equipas por estabelecimento, para avaliar a evolução dos indicadores. São analisados os pré-requisitos de segurança alimentar, a validação das medidas de controlo, projetos e novos produtos, e o resultado das auditorias e exercícios de rastreabilidade efetuados.

Consequências: definidas ações de melhoria a serem implementadas.

Rotulagem de produtos

Aprovação das inscrições legais e alegações dos materiais de embalagem efetuada centralmente pela Direção da Qualidade, Ambiente e Segurança. Este processo é cada vez mais exigente face aos novos mercados de exportação. Informação nutricional de todos os produtos passou a estar disponível no site Super Bock Group.

Conformidade

Avaliação regular do desempenho é disponibilizada a todos os interessados.

- Todos os indicadores de Gestão da Qualidade tiveram uma evolução positiva face a 2016 - Índice de Qualidade do Produto Acabado, Produto Não Conforme, Reclamações de Produto, Devoluções e *Market Survey*.
- Participação no *Market Survey* do grupo Carlsberg, avaliação sensorial das cervejas nos pontos de venda, a nível mundial, com resultados satisfatórios.
- 827 auditorias de ponto de venda e 56 auditorias ao sistema de gestão.
- Segurança Alimentar: realizada formação específica dos requisitos da norma IFS *Food* a 50 pessoas de várias áreas do Grupo (durante 44h).
- Participação em estudos de satisfação de cliente de que resultam ações de melhoria que o Grupo se compromete a implementar.
- Participação no estudo da GS1 - *Benchmarking* 2017, centrado em atividades de *supply chain*, que tem como objetivo conhecer o nível de eficiência dos fabricantes do grande consumo no fluxo *Order to Cash*.
- Participação no estudo *Advantage*, centrado nas relações comerciais onde são analisadas várias áreas de negócio e indicadores de Performance de gestão.



**SUPER
BOCK
GROUP**

CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

6 DESEMPENHO AMBIENTAL

CONSUMO DE ENERGIA

Consumo de energia elétrica	145.434 GJ (+6% vs. 2016)
Consumo de combustíveis	339.805 GJ (+4% vs. 2016)
Consumo de energia térmica	254.642 GJ (+4% vs. 2016)
Consumo de eletricidade - cogeração	84.557 GJ (+2% vs. 2016)
Consumo de outros combustíveis	606 GJ (-6% vs. 2016)
Consumo total de energia	485.239 GJ (+5 % vs. 2016)
Consumo específico de eletricidade	7 kWh/hl (-3 % vs. 2016)
Consumo específico de energia térmica	44,4 MJ/hl (-5% vs. 2016)
Consumo específico de energia	84,6 MJ/hl (-4% vs. 2016)

ENERGIA E CLIMA

Uso direto da energia primária

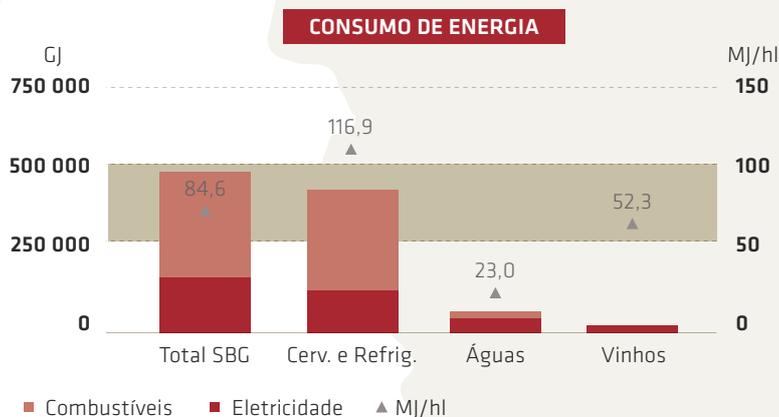
Está relacionado com as necessidades de calor da produção de cervejas e dos processos auxiliares (pasteurização, detergências e higienização). A produção de eletricidade por cogeração utiliza quantidades importantes de combustíveis. Existem, ainda, outros pequenos consumos em atividades auxiliares (empilhadores, aquecimento de águas para os balneários e cozinhas dos refeitórios).

Uso de combustíveis sustentáveis: aumento da recuperação de biogás com 966.289 m³ de biogás gerado na fase de tratamento anaeróbico na ETAR do Centro de Produção de Leça do Balio para ser utilizado como fonte de energia limpa e renovável na produção de energia térmica nas caldeiras de vapor como combustível complementar ao Gás Natural. Aumento de 18,7% vs. 2016.

Uso indireto de energia

Refere-se à utilização da eletricidade comprada.

As operações de enchimento de bebidas e os sistemas de refrigeração: atividades com maior peso no uso de energia elétrica. Em 2.º plano: consumos no tratamento de águas residuais e sistemas de iluminação das instalações e carregamento das baterias dos empilhadores.



O consumo específico registou uma redução de 4%, em 2017 vs. 2016, justificado pelo aumento de produção (em Leça do Balio: ou - mais de 17%).

Centros de produção de Leça do Balio, Pedras Salgadas e Castelo de Vide: sujeitos periodicamente a procedimentos de auditoria energética, para identificar oportunidades de melhoria, traduzidas nos planos de racionalização energética em curso.

Instalações de Envidos e Caramulo: abrangidas pelo L68A/2015, que prevê auditorias periódicas para potenciar a implementação de medidas de conservação de energia.

Edifícios de maiores dimensões: abrangidos pelo Sistema de Certificação Energética dos Edifícios (caso de Leça do Balio).

CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

⑥ DESEMPENHO AMBIENTAL

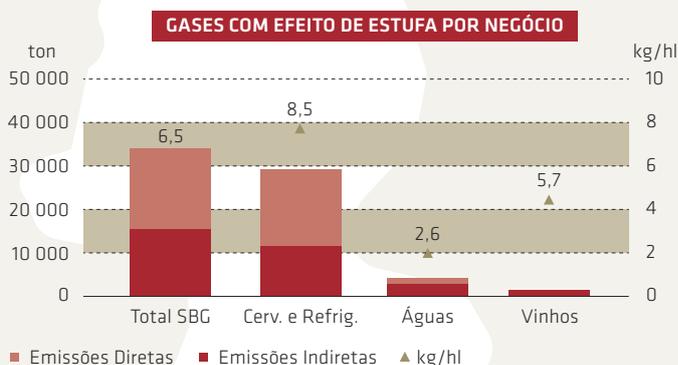
ENERGIA E CLIMA

Emissões de gases com efeito de estufa

Nas atividades associadas à produção de bebidas, as emissões de gases com efeito de estufa (GEE) estão essencialmente relacionadas com a utilização de energia elétrica (emissões indiretas) e utilização de combustíveis fósseis para produção de energia e transportes (emissões diretas). São também consideradas as emissões de gases fluorados com efeito de estufa provenientes de fugas dos sistemas de frio usados nas instalações (outras emissões).

- A Central de Cogeração de Leça do Balio está abrangida pelo Programa Europeu de Comércio de Licenças de Emissão (CELE) e emitiu 16.606 tCO₂, em 2017, mais 4% do que em 2016. A licença de emissão atribuída por sua vez diminui face a 2016 (-16%), passando de 8793t, para 7579t.
- A utilização do biogás gerado no tratamento anaeróbio da ETAR permitiu evitar o uso de gás natural nas caldeiras de produção de vapor e consequentemente a emissão de cerca de 1.576 toneladas de CO₂, (-18,7% de emissões vs. 2016).

17.694 ton CO₂ -1% vs. 2016	Emissões diretas de CO ₂ (uso de combustíveis fósseis)
19.398 ton CO_{2e} +34% vs. 2016	Emissões indiretas de CO ₂ (consumo de eletricidade)
37.254 ton CO₂ +16% vs. 2016	Emissões totais de CO ₂
163 ton -52% vs. 2016	Fugas de gases refrigerantes
6,5 kg CO_{2e}/hl +6% vs. 2016	Emissões específicas de CO ₂



Consumo de Água

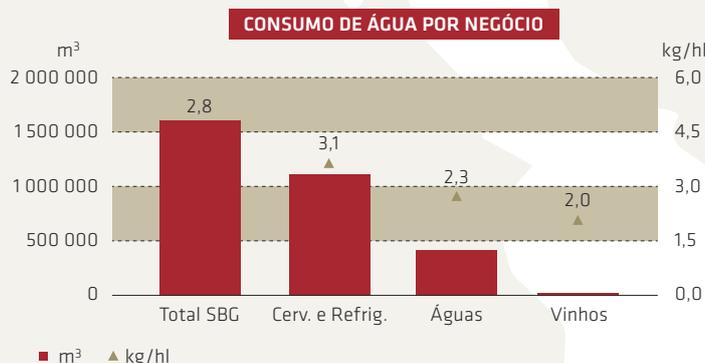
A gestão de água de captações próprias gera menores perdas que a dos sistemas de abastecimento público, pelo que, em 2017, mantiveram-se trabalhos para aumentar o uso da água das captações próprias.

Recuperação de água: 329.278 m³

Objetivos das áreas produtoras: redução do consumo de água e otimização da utilização, implementação de sistemas de recuperação de água.

Plano envolve todos os colaboradores na implementação de ações aos mais diversos níveis – formação, investimentos em novas tecnologias, alteração de procedimentos, etc.

1.595.607 m³ +8% vs. 2016	Consumo total de água
1.006.459 m³ -6% vs. 2016	Água de captação subterrânea
50 m³ -45% vs. 2016	Água de captação superficial
764.523 m³ +23% vs. 2016	Água da rede pública
14.546 m³ +2% vs. 2016	Outras fontes de captação
2,8 hl/hl -1% vs. 2016	Consumo específico de água



CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

6 DESEMPENHO AMBIENTAL

EMISSÕES, EFLUENTES E RESÍDUOS

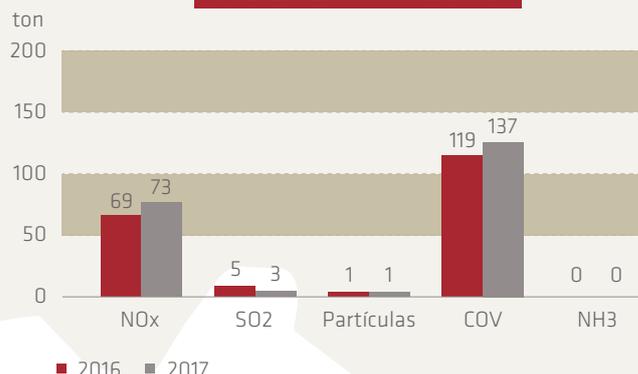
Controlo das emissões para o ar

As atividades desenvolvidas, especialmente a produção de vapor e de eletricidade a partir da queima de combustíveis fósseis, geram algumas emissões de poluentes atmosféricos – como emissões totais de partículas, óxidos de azoto (NOx), óxidos de enxofre (SO2), compostos orgânicos voláteis (COV) e amoníaco (NH3) – que, apesar de terem uma reduzida expressão, são regularmente monitorizadas de modo a assegurar que a sua libertação não representa riscos para a saúde pública e para o ambiente.

Substâncias destruidoras da camada de ozono: uso muito limitado (apenas em alguns sistemas de ar condicionado e equipamentos industriais mais antigos).

Fugas de gases: sem registo.

POLUENTES ATMOSFÉRICOS



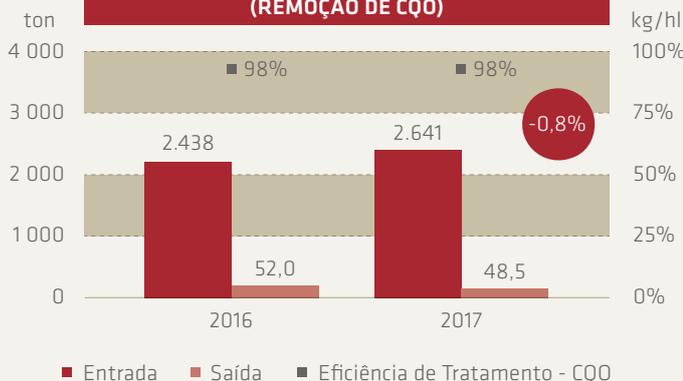
Emissões para a água

Águas residuais geradas nos processos de produção de bebidas são um dos aspetos ambientais mais relevantes do setor. Tipicamente, estes efluentes líquidos apresentam uma contaminação orgânica elevada, associada a perdas de matérias-primas, de produtos de limpeza, dos próprios produtos produzidos e/ou de subprodutos que, sendo rejeitados juntamente com as águas de lavagens, contribuem para agravar a sua carga poluente. Assim, a quantidade total de matéria orgânica rejeitada com as águas residuais constitui um referencial da ecoeficiência do processo produtivo, dado estar diretamente indexado às perdas ocorridas nas diferentes etapas. Este aspeto assume particular importância na produção de cervejas, sidras, refrigerantes e vinhos.

Tratamento: instalações próprias (exceto na Quinta do Minho e Águas de Melgaço, onde é assegurado pelos sistemas públicos). Plataformas logísticas de Santarém ligadas aos sistemas públicos.

- Águas residuais: -1% da carga poluente.

ÁGUAS RESIDUAIS - EFICIÊNCIA DE TRATAMENTO (REMOÇÃO DE CQO)



1.085.587 m³
+6% vs. 2016

Águas residuais

2.641 t
+8% vs. 2016

CQO - carga tratada

98%

Eficiência dos sistemas de remoção do CQO

0,5 kg/hl
-1% vs. 2016

Emissões específicas de CQO

1,9 hl/hl
-3% vs. 2016

Emissões específicas de águas residuais

Derrames sem expressão

Registo de 3 pequenos incidentes no Centro de Produção de Leça do Balio, devido a derrames de produtos químicos. Nenhum teve impacto no solo ou na água. Foram prontamente absorvidos ou encaminhados para a rede de águas industriais e tratados na ETAR.



CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

⑥ DESEMPENHO AMBIENTAL



Recolha Seletiva dos Resíduos

Resíduos produzidos	10.544 t (+4% vs. 2016)
Resíduos perigosos	36 t (-49% vs. 2016)
Resíduos não perigosos	10.508 t (+5% vs. 2016)
Resíduos valorizados	10.032 t (+5% vs. 2016)
Resíduos eliminados	512 t (-75% vs. 2016)
Taxa de valorização	95 %
Produção específica de resíduos	1,8 kg/hl (-5% vs. 2016)



As atividades de produção e distribuição de bebidas originam uma grande diversidade de resíduos dentro das nossas instalações.

- 1.º grupo: resíduos de embalagem de vidro (4.904t).
- 2.º grupo: lamas excedentárias do tratamento biológico de águas residuais (3.146t).
- Restantes resíduos: 24% do total de resíduos; destaque: categorias de embalagens de papel e cartão (675t), RSU's (551t) e embalagens de plástico (548t).

Em todas as instalações é promovida a recolha seletiva de materiais, atendendo às opções de valorização e/ou à perigosidade, para se assegurar o apropriado acondicionamento e encaminhamento para o destino mais adequado.

Subprodutos com segunda vida

As atividades de produção de cervejas e vinhos geram uma quantidade de subprodutos sujeitos a regulamentação específica. Subprodutos do processo cervejeiro: o destino é a alimentação para animais. Subprodutos da atividade vinícola: valorização em processos de destilação alcoólica.

Subprodutos (2017)		Destino	Quantidade (ton)
Produção de Cervejas	Dreche	Alimentação animal	39.008
	Leveduras		6.104
Super Bock Group Vinhos	Bagaço	Destilação	28
	Borras e Lamas		11
Total			45.151

CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

7 DESEMPENHO SOCIAL

OS NOSSOS COLABORADORES EM 2017

- 1.278 Colaboradores (mais 3% que em 2016)
- 21% sindicalizados
- 31% do sexo feminino
- 69% do sexo masculino
- 1.066 Efetivos 1.275 a tempo total
- 96% dos colaboradores em Portugal
- Taxa de saída: 6,8%
- Taxa de novas contratações: 9% (excluindo o setor do Turismo por ter uma rotatividade sazonal elevada)

Contratados: 17% do capital humano da empresa (+39% vs. 2016). **Idade:** escalão dos 30 aos 50 anos (67%); média etária: 41 anos. **Saídas de trabalhadores** (entre os 30 e os 50 anos): 69%; saídas de pessoas com idade superior ou igual a 50 anos: 23%. Os restantes 8% correspondem a saídas de colaboradores com idade inferior aos 30 anos.

Os colaboradores do Super Bock Group* distribuem-se da seguinte forma:

		Diretor	Manager	Gestor	Técnico Superior	Técnico
Género	Masculino	16	30	73	161	607
	Feminino	4	15	44	97	231
Faixa Etária	<30	0	0	2	60	129
	30-50	17	37	105	175	523
	>50	3	8	10	23	186
TOTAL		20	45	117	258	838

* Considera os colaboradores da área de Bebidas e da Maltibérica.

FORMAÇÃO

2017: acréscimo de 21% no volume global de formação, com aumento das participações, de forma transversal em todos os grupos funcionais.

31.319 horas de formação

28 horas por formador

Alguns exemplos: **Curso Cervejeiro** | **Beer Ambassador** | **USAFE** | **UPLIDE** | **E-Learning**

	2017
N.º Ações	588
N.º Participações	4.438
Volume de Formação (horas x formandos)	31.319
Média de Horas de Formação (N.º horas/colaborador)	27,8
Diretor	98,4
Manager	58,8
Gestor	52,9
Técnico Superior	42,4
Técnico	13,7
Género	
Masculino	25,9
Feminino	32,6
Investimento (Euros)	874,038€

* Considerado o efetivo apenas da área de Bebidas.



**SUPER
BOCK
GROUP**

CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

7 DESEMPENHO SOCIAL

PROMOVER A SAÚDE, SEGURANÇA E HIGIENE NO TRABALHO

Zero Acidentes, Porque um Acidente é um Acidente a mais

Princípios orientadores:

- Prevenir acidentes de trabalho e doenças profissionais;
- Estabelecer níveis elevados de segurança dos equipamentos de trabalho;
- Garantir a existência de locais, sistemas e métodos de trabalho seguros.

Indicadores de sinistralidade laboral: -15% de acidentes totais, -51% de acidentes com baixa e -53% de dias perdidos (vs. 2016).

Supply Chain: -25% em n.º de acidentes com baixa; -13% de dias perdidos.

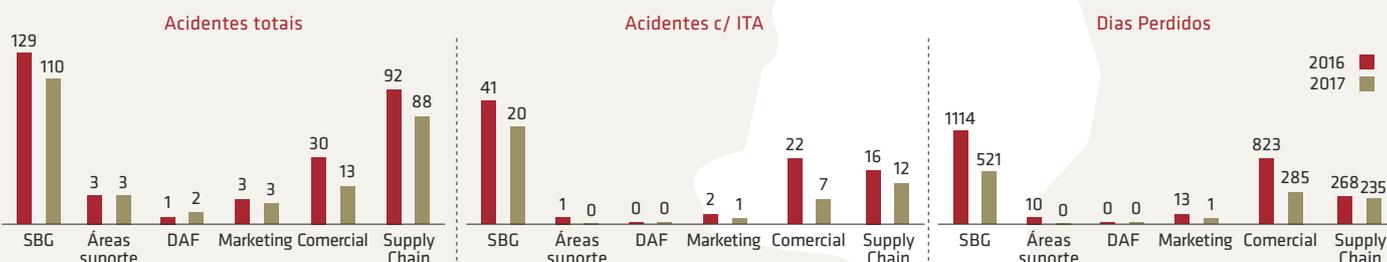
Área Comercial: -68% em acidentes com baixa; -65% em dias perdidos.

Projeto USAFE

Tem como objetivo melhorar o desempenho do Grupo ao nível da Segurança e Saúde no Trabalho. 2017 foi dedicado à sua implementação, com o apoio da Dupont. Neste âmbito, realizaram-se 1065 *Safety Walks*, ferramenta que fomenta o compromisso da Equipa de Gestão com a Segurança e Saúde no trabalho.

Formação Contínua em Segurança e Saúde no Trabalho

Temas mais relevantes abordados em 2017, destinados a colaboradores internos, temporários e prestadores de serviços.



Programa de Gestão SST 2016-2018

Princípios da Política SST	Objetivos	Meta	Objetivo 2017	Real 2017
Prevenção de acidentes e doenças profissionais	Redução dos índices de Sinistralidade	Redução progressiva de 40% na frequência e gravidade dos acidentes nos 3 anos	S/ baixa não definido c/ baixa 15	110 20
	Promoção de uma cultura de antecipação	Registo e análise de Quase-acidentes e Condições inseguras (*)	Não definido	187
Níveis elevados de segurança dos equipamentos	Assegurar a conformidade com os requisitos de segurança dos equipamentos de trabalho			
	Implementação de <i>Safety Walks</i>	Redução do n.º de atos inseguros observados	750	1065
Sistemas e métodos de trabalho seguros	Aumentar a presença da Medicina do Trabalho nos locais de trabalho			
	Formação em Ambiente e SST para todos os colaboradores	Mínimo de 4h/ano de Formação (*) para todos os colaboradores	Mínimo 4h Formação para 100% dos colaboradores	Média de 3,4h de formação 7277h/2138 formandos
		Acolhimento (*) a todos os novos colaboradores		100%

(*) Consolidado Ambiente e Segurança e Saúde no Trabalho | (**) a colaboradores contratados e estagiários

CONTINENTE DA SUSTENTABILIDADE

Desenvolvimento da Comunidade

Agir com o melhor de nós.

Ser Autêntico é uma premissa do Super Bock Group, pelo que a nossa intervenção além-portas assenta em pilares intrínsecos à nossa cultura de empresa. A isto chamamos **Responsabilidade Social**: agir com critério e domínio da matéria, em áreas onde somos reconhecidos. Assim, procuramos acrescentar valor à sociedade, a partir do que nos é valioso: a Educação e o Empreendedorismo, a Criatividade e o Talento.

Indústrias criativas a 100%

Continuámos ativos nas indústrias criativas, estimulando o talento, a criatividade e a inovação. O Festival Serralves em Festa! acolheu mais um Super Bock *Creative Experience*, que associou música e arte urbana.

9.º Prémio Nacional Indústrias Criativas Super Bock/Serralves

Fomenta novos projetos de negócio com potencial global.

Destaques: calçado inspirado nos índios da Amazónia; acessório físico para tablets; *software* 3D para áudio; a 1.ª rádio para crianças em português; app para *birdwatching*; entre outros. Vencedor: “Estar calçado; sentir-se descalço” de *Iguaneye “Cloud”*, que representou o país na *Creative Business Cup*, Copenhaga. Vencedores anunciados no Super Bock CLAB - Laboratório Criativo, em Serralves.

Educar para o empreendedorismo

A Promoção do Conhecimento e Educação para o Empreendedorismo deu forma a vários programas feitos para as gerações do futuro.

Exemplos: Comunidades *Go On* / Braço Direito / *Innovation Challenge* / Estágios

5.ª Edição Comunidades Go On

Curso imersivo que visa promover a educação para o empreendedorismo junto de jovens do ensino secundário onde, durante 3 dias, desenvolvem projetos de carácter inovador e criativo. Escolas secundárias: Porto, Matosinhos, Vila Pouca de Aguiar, Chaves e Castelo de Vide.

Uma Empresa, Mil Comunidades

“Crescer sem ignorar quem encontramos no caminho” é um princípio que nos torna melhores.

Envolvimento social do Grupo de continuidade: ação social, mecenato, apoio à educação, incentivo ao desporto, promoção do associativismo.

Parceiros: Fundação de Serralves e Casa da Música.

Iniciativas: Serralves em Festa e Verão na Casa.

Outras iniciativas: Hospitalários a Caminho de Santiago (recriação medieval em Leça). Apoio em Vidago e Pedras Salgadas aos Bombeiros locais, Casa da Cultura de Vidago, lares de terceira idade, Futebol Clube de Vidago ou Associação Desportiva Juventude de Pedras e muito mais.

Sentido Voluntário

Sensibilidade, iniciativa e espírito solidário são atributos que se afirmam na Bolsa de Voluntariado Super Bock Group, pela qual os nossos colaboradores não se cansam de colaborar nas iniciativas de cariz social que abraçamos ao longo do ano.

Destaques: voluntários partilham experiências, conhecimento como orientadores de estágio de alunos do 3.º ciclo e secundário; participam, nas escolas, no programa da *Junior Achievement*; campanhas internas para apoio a causas; iniciativas de domínio de Sustentabilidade Ambiental.

Natal 2017

Desafio *Bottle Flip* sob o lema “Este Natal, vamos dar a volta”. Por cada vídeo postado de apoio a uma causa, o Grupo doou 10 euros a uma instituição à escolha (*Just a Change*, Missão Aqui e Agora, Médico do Mundo e SOS Arganil).

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

① INDICADORES RELEVANTES

Unid: 10³ Euros

Estrutura da Conta de Resultados	2013	2014	2015	2016	2017
Vendas ¹	462.843	476.774	453.618	451.254	520.865
Margem Bruta	186.388	197.138	203.758	208.396	242.112
Ebitda	76.785	83.736	83.618	85.833	102.461
Resultado Operacional ²	51.178	58.022	56.707	59.744	74.369
Resultados Correntes	33.147	43.806	36.615	53.537	71.679
Resultados Correntes Após Impostos	27.383	33.739	26.935	39.152	52.270
Resultados Líquidos Excluindo Inter. Minor.	26.696	33.048	26.330	38.397	51.279
Resultados por Ação	€ 0,53	€ 0,66	€ 0,53	€ 0,77	€ 1,03
Cash Flow (Fluxo Líquido Tesouraria)	30.344	45.639	35.800	57.318	69.559

Estrutura do Balanço	2013	2014	2015	2016	2017
Ativos não correntes	351.558	352.236	339.442	332.793	329.478
Ativos correntes	118.145	122.525	115.546	117.969	133.417
Ativos detidos para venda	2.802				
Total Ativos	472.504	475.761	454.988	450.762	462.895
Capital Próprio	145.745	158.358	158.387	171.657	187.635
Interesses que não controlam	3.854	3.977	3.943	4.118	3.856
Passivo Financeiro	167.534	142.196	132.894	100.688	61.891
Outro Passivo	155.371	171.231	159.764	174.299	209.504
Capital Próprio + Passivo	472.504	475.761	454.988	540.762	462.895

Recursos Humanos	2013	2014	2015	2016	2017
Número Médio de Empregados ³	1.507	1.424	1.419	1.332	1.351
Produtividade das Vendas ⁴	307	335	320	339	386
Produtividade do VAB ⁵	90	101	99	107	117
Gastos com Pessoal + Trab. Temporário	52.613	51.730	50.649	49.108	52.444

Rendibilidade do Investimento	2013	2014	2015	2016	2017
Número Médio de Empregados ⁶	10,7%	12,2%	12,2%	13,2%	16,3%
Rendibilidade do Capital Próprio ⁷	18,7%	21,7%	16,6%	23,3%	28,5%
Gearing ⁸	114,9%	89,8%	83,9%	58,7%	33,0%

LEGENDAS

n.d. dados não disponíveis
GJ gigajoule
MJ megajoule
Hl hectolitro
Kg quilograma
m³ metro cúbico
Ton toneladas
LTAR Lost Time Accident Rate (Número de Acidentes x 1000/FTE)
I.E.C Imposto Especial de Consumo
VAB Valor Acrescentado Bruto
FTE Full-time equivalente

NOTAS

- 1) Inclui I.E.C..
- 2) Resultado Operacional antes de itens especiais.
- 3) Inclui Efetivos, Contratados, Estagiários e Temporários.
- 4) Vendas per capita.
- 5) VAB per capita.
- 6) Rácio Resultados Operacionais sobre o Capital Médio Utilizado.
- 7) Para este cálculo foi tomada a média do Capital Próprio no início e fim do ano.
- 8) Passivo remunerado expresso em % do Capital Próprio.

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

① INDICADORES RELEVANTES

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

GRI 102 - CONTEÚDOS GERAIS					
DIVULGAÇÕES		LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO	VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS
PERFIL ORGANIZACIONAL					
102-1	Nome da organização	Anuário de Bordo_Intro 1. Mensagem da Comissão Executiva	V		
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	Arquipélago das Marcas www.superbockgroup.com	V		
102-3	Localização da sede	Inventário Náutico 10. Distribuição Geográfica do Grupo	V		
102-4	Localização das operações	Inventário Náutico 10. Distribuição Geográfica do Grupo	V		
102-5	Propriedade e natureza legal	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
102-6	Mercados servidos	Inventário Náutico 10. Distribuição Geográfica do Grupo	V		
102-7	Dimensão da organização	Anuário de Bordo_Intro 3. Resultados Consolidados 2017 Anuário de Bordo_Fecho 1. Indicadores Relevantes	V		
102-8	Informação sobre colaboradores e outros trabalhadores	Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Os nossos colaboradores em 2017	V	6	8
102-9	Cadeia de fornecedores	Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor	V		
102-10	Alterações significativas na organização e na cadeia de fornecedores	Anuário de Bordo_Intro 1. Mensagem da Comissão Executiva Continente da Sustentabilidade 1. Visão Estratégica 2017-19	V		
102-11	Abordagem ao princípio de precaução	Inventário Náutico 7. Modelo de Governo; 8. Gestão de Risco	V		
102-12	Iniciativas externas	Continente da Sustentabilidade 2. Stakeholders	V		
102-13	Membro de associações	Continente da Sustentabilidade 2. Stakeholders	V		
ESTRATÉGIA					
102-14	Mensagem do Presidente	Anuário de Bordo_Intro 1. Mensagem da Comissão Executiva	V		
ÉTICA E INTEGRIDADE					
102-16	Valores, princípios, standards e normas de conduta	Inventário Náutico 1. Missão; 2. Visão; 3. Valores	V		
GOVERNANCE					
102-18	Estrutura de <i>governance</i>	Inventário Náutico - 5. Organigrama; 7. Modelo de Governo; 9. Corpos Sociais	V		
ENVOLVIMENTO COM STAKEHOLDERS					
102-40	Lista dos grupos de <i>Stakeholders</i>	Continente da Sustentabilidade 2. Stakeholders	V		
102-41	Acordos coletivos de trabalho	Continente da Sustentabilidade 2. Stakeholders	V	3	8
102-42	Identificação e seleção de <i>Stakeholders</i>	Continente da Sustentabilidade 2. Stakeholders	V		
102-43	Abordagem de envolvimento com <i>Stakeholders</i>	Continente da Sustentabilidade 2. Stakeholders	V		
102-44	Principais questões e preocupações levantadas pelos <i>Stakeholders</i>	Continente da Sustentabilidade 2. Stakeholders Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
PRÁTICA DE REPORTE					
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	Inventário Náutico 5. Organigrama Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos limites dos tópicos	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

① INDICADORES RELEVANTES

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

102-47	Lista dos tópicos materiais	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
102-48	Reformulação de informação	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
102-49	Alterações no relatório	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
102-50	Período de reporte	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
102-51	Data do relatório mais recente	2016	V		
102-52	Ciclo de relatórios	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
102-53	Contacto para questões sobre o relatório	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
102-54	Opção “de acordo” com os GRI Standards	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
102-55	Índice de conteúdo GRI	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório; Presente tabela	V		
102-56	Verificação externa	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos limites dos tópicos	Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório	V		

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

DIVULGAÇÕES E FORMAS DE GESTÃO		LOCALIZAÇÃO/OMISSÃO	VERIFICAÇÃO	PRINCÍPIOS UNGC	ODS																								
GRI 200 - DIVULGAÇÕES ECONÓMICAS																													
GRI 201 - DESEMPENHO ECONÓMICO (ASPETO MATERIAL)																													
201-1	Valor económico direto gerado e distribuído	Continente da Sustentabilidade 5. Desempenho Económico - Criação e distribuição de valor	V		2 5 7 8 9																								
201-2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para a organização devido às alterações climáticas	Inventário Náutico 7. Modelo de Governo; 8. Gestão de Risco Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Energia e Clima	V		13																								
201-3	Obrigações dos planos de benefícios definidos e outros planos de reforma	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2016</th> <th>2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Patrimónios a 31.12.2016</td> <td>8.233.992</td> <td>7.464.025</td> </tr> <tr> <td>Pensões e Resgates</td> <td>-839.609</td> <td>-783.841</td> </tr> <tr> <td>Transferências</td> <td>-</td> <td>-352.421</td> </tr> <tr> <td>Rendimentos dos Planos</td> <td>69.642</td> <td>145.183</td> </tr> <tr> <td>Contribuições para o fundo</td> <td>-</td> <td>352.421</td> </tr> <tr> <td>Situação a 31.12.2017</td> <td>7.464.025</td> <td>6.825.367</td> </tr> </tbody> </table>		2016	2017	Patrimónios a 31.12.2016	8.233.992	7.464.025	Pensões e Resgates	-839.609	-783.841	Transferências	-	-352.421	Rendimentos dos Planos	69.642	145.183	Contribuições para o fundo	-	352.421	Situação a 31.12.2017	7.464.025	6.825.367	V					
	2016	2017																											
Patrimónios a 31.12.2016	8.233.992	7.464.025																											
Pensões e Resgates	-839.609	-783.841																											
Transferências	-	-352.421																											
Rendimentos dos Planos	69.642	145.183																											
Contribuições para o fundo	-	352.421																											
Situação a 31.12.2017	7.464.025	6.825.367																											
201-4	Benefícios financeiros significativos recebidos pelo governo	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SIFIDE</td> <td>359.107</td> <td>-</td> <td>937.968</td> </tr> <tr> <td>SI_Inovação (Prémio de Realização)</td> <td>2.040.446</td> <td>496.643</td> <td>213.882</td> </tr> <tr> <td>ADI (Fundo Perdido)</td> <td>-1.620</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>SI IG&D (Fundo Perdido)</td> <td>27.145</td> <td>31.096</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>2.425.077</td> <td>527.739</td> <td>1.151.851</td> </tr> </tbody> </table>		2015	2016	2017	SIFIDE	359.107	-	937.968	SI_Inovação (Prémio de Realização)	2.040.446	496.643	213.882	ADI (Fundo Perdido)	-1.620	-	-	SI IG&D (Fundo Perdido)	27.145	31.096	-	TOTAL	2.425.077	527.739	1.151.851	V		
	2015	2016	2017																										
SIFIDE	359.107	-	937.968																										
SI_Inovação (Prémio de Realização)	2.040.446	496.643	213.882																										
ADI (Fundo Perdido)	-1.620	-	-																										
SI IG&D (Fundo Perdido)	27.145	31.096	-																										
TOTAL	2.425.077	527.739	1.151.851																										

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

① INDICADORES RELEVANTES

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

GRI 202 - PRESENÇA NO MERCADO					
202-1	Rácio entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, por género	Anuário de Bordo_Intro 3. Resultados Consolidados 2017	V	6	1 5 8
GRI 203 - IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRETOS					
203-1	Investimentos em infraestruturas e serviços apoiados	Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Desenvolvimento da Comunidade Foi dado apoio em produto a escolas, associações e instituições de cariz social. Na impossibilidade de responder a todas as solicitações, com critério, demos resposta positiva a 558 pedidos de ajuda, dentre 1790 que chegaram de todo o país. No Natal 2017, foi ainda desenvolvido o desafio interno <i>Bottle Flip</i> sob o lema “Este Natal, vamos dar a volta”. Por cada vídeo postado de apoio a uma causa, o Grupo doou 10 euros a uma instituição à escolha (<i>Just a Change</i> , Missão Aqui e Agora, Médico do Mundo e SOS Arganil).	V	6	2 5 7 9 11
203-2	Impactos económicos indiretos significativos	Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Desenvolvimento da Comunidade	V	1	1 2 3 8 10 17
GRI 204 - PRÁTICAS DE COMPRA					
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com as Práticas de Compra, o tema “Gestão e Controlo da Cadeia de Valor” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório - Materialidade). O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com práticas de compra (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor). O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor).		
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes			
	103-3	Evolução da forma de gestão			
204-1	Proporção de despesas com fornecedores locais	Percentagem fornecedores nacionais: 81% Percentagem fornecedores EU: 17% Percentagem fornecedores internacionais: 2%	V		12
GRI 205 - ANTICORRUPÇÃO					
205-2	Comunicação e formação sobre políticas e procedimentos anticorrupção	0%	V	10	16
GRI 300 - DIVULGAÇÕES AMBIENTAIS					
GRI 301 - MATERIAIS					
301-1	Consumo de materiais por peso ou volume	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Consumo de materiais	V	7 e 8	8 12
301-2	Produtos recuperados e respetivos materiais das embalagens	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Subprodutos com segunda vida	V		
GRI 302 - ENERGIA					
302-1	Consumo de energia dentro da organização	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Energia e Clima - Uso direto de energia primária; Uso indireto de energia; Consumo de Energia	V	7 e 8	7 8 12 13
302-3	Intensidade energética	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Energia e Clima - Consumo de Energia	V	8	
302-4	Redução do consumo de energia	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Energia e Clima - Uso direto de energia primária, Uso indireto de energia; Consumo de Energia	V	8 e 9	

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

① INDICADORES RELEVANTES

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

GRI 303 - ÁGUA																							
303-1	Captação de água por fonte	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Consumo de Água	V	7 e 8	6																		
303-3	Porcentagem e volume total de água reciclada e reutilizada	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Consumo de Água	V	7 e 8	6																		
GRI 305 - EMISSÕES																							
305-1	Emissões diretas de Gases de Efeito de Estufa - GEE (Âmbito 1)	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Energia e Clima - Emissões de gases com efeito de estufa	V	7 e 8	3 12 13 14 15																		
305-2	Emissões indiretas de GEE (Âmbito 2)	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Energia e Clima - Emissões de gases com efeito de estufa	V	7 e 8	3 12 13 14 15																		
305-4	Intensidade das emissões de GEE	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Energia e Clima - Emissões de gases com efeito de estufa	V	8	13 14 15																		
305-5	Redução de emissões de GEE	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Energia e Clima - Emissões de gases com efeito de estufa	V	8 e 9	13 14 15																		
305-6	Emissões de substâncias que destroem a camada do ozono	Relativamente a fugas destes gases, em 2017 não se registaram fugas de R22.	V	7 e 8	3 12 13																		
305-7	Óxidos de azoto (NO _x), óxidos de enxofre (SO _x) e outras emissões significativas	<p>Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Emissões, Efluente e Resíduos - Controlo das emissões para o ar</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Emissões (t)</th> <th>2016</th> <th>2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NO_x</td> <td>69</td> <td>73</td> </tr> <tr> <td>SO₂</td> <td>5</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Partículas</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>COV</td> <td>119</td> <td>137</td> </tr> <tr> <td>NH₃</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Emissões (t)	2016	2017	NO _x	69	73	SO ₂	5	3	Partículas	1	1	COV	119	137	NH ₃	0	0	V	7 e 8	3 12 14 15
Emissões (t)	2016	2017																					
NO _x	69	73																					
SO ₂	5	3																					
Partículas	1	1																					
COV	119	137																					
NH ₃	0	0																					
GRI 306 - RESÍDUOS E EFLUENTES																							
306-1	Descargas de água por qualidade e por destino	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Emissões, Efluente e Resíduos - Emissões para a água	V	8	3 6 12 14																		
306-2	Resíduos por tipo e por destino	Continente da Sustentabilidade 6. Desempenho Ambiental - Emissões, Efluente e Resíduos - Recolha Seletiva dos Resíduos	V	8	3 6 12																		
306-3	Derrames significativos	Em 2017 registaram três pequenos incidentes, no C.P. de Leça do Balio, devido a derrames de produtos químicos. Um dos incidentes decorreu na parada da Logística e os outros dois no na descarga a granel de produtos químicos. Nenhum teve impacto no solo ou na água, pois foram prontamente absorvidos ou foram encaminhados para a rede de águas industriais e tratados na ETAR.	V	8	3 6 12 14 15																		
GRI 307 - COMPLIANCE AMBIENTAL																							
307-1	Não conformidade com as leis e regulamentos ambientais	Em 2017 ocorreu a receção da notificação para apresentação em tribunal, no processo de contraordenação resultante de uma inspeção de rotina do ICAMAOT ao Centro de Produção de Santarém Refrigerantes, em 30 de abril de 2013. Posteriormente a decisão do tribunal implicou o pagamento de uma coima de 6000 euros.	V	8	16																		

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

1 INDICADORES RELEVANTES

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

GRI 308 - AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES																																																																																					
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com as Práticas de Compra, o tema “Gestão e Controlo da Cadeia de Valor” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório - Materialidade).																																																																																		
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com práticas de compra (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor).																																																																																		
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor).																																																																																		
308-1	Novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios ambientais	No ano de 2017 o Super Bock Group utilizou no processo de seleção de fornecedores os princípios expressos no código de conduta de fornecedores, que garante um alinhamento com a estratégia da empresa do ano de 2017.	V	8																																																																																	
308-2	Impactes ambientais negativos na cadeia de abastecimento e ações tomadas	No ano de 2017 o Super Bock Group não identificou nenhum fornecedor com impactes ambientais significativos negativos de acordo com os critérios definidos no código de conduta de fornecedores, que está alinhado estratégia da empresa do ano de 2017.	V	8																																																																																	
GRI 400 - DIVULGAÇÕES SOCIAIS																																																																																					
GRI 401 - EMPREGO																																																																																					
401-1	Novas contratações e rotatividade de colaboradores	Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Os nossos Colaboradores em 2017			V	58																																																																															
		<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5">Entradas</td> <td>Total</td> <td>102</td> </tr> <tr> <td>Portugal</td> <td>96</td> </tr> <tr> <td>Moçambique</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>França</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Espanha</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">Entradas por localização (n.º)</td> <td>USA + Macau</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td><30</td> <td>61</td> </tr> <tr> <td>30 a 50</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>>50</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Entradas por faixa etária (n.º)</td> <td>Homens</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>Mulheres</td> <td>44</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">Taxa de novas contratações (%)</td> <td>Homens</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Mulheres</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td><30</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>30 a 50</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>>50</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">Saídas</td> <td>Total</td> <td>77</td> </tr> <tr> <td>Portugal</td> <td>74</td> </tr> <tr> <td>Moçambique</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>França</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Espanha</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">Saídas por localização (n.º)</td> <td>USA + Macau</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td><30</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>30 a 50</td> <td>53</td> </tr> <tr> <td>>50</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Saídas por faixa etária (n.º)</td> <td>Homens</td> <td>61</td> </tr> <tr> <td>Mulheres</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">Saídas por género (n.º)</td> <td>Homens</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Mulheres</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td><30</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>30 a 50</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>>50</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>					2017			Entradas	Total	102	Portugal	96	Moçambique	4	França	-	Espanha	-	Entradas por localização (n.º)	USA + Macau	2	<30	61	30 a 50	40	>50	1	Entradas por faixa etária (n.º)	Homens	58	Mulheres	44	Total	9%	Taxa de novas contratações (%)	Homens	5%	Mulheres	4%	<30	5%	30 a 50	4%	>50	0%	Saídas	Total	77	Portugal	74	Moçambique	3	França	-	Espanha	-	Saídas por localização (n.º)	USA + Macau	-	<30	6	30 a 50	53	>50	18	Saídas por faixa etária (n.º)	Homens	61	Mulheres	16	Total	7%	Saídas por género (n.º)	Homens	5%	Mulheres	1%	<30	1%	30 a 50	5%	>50	2%
		2017																																																																																			
		Entradas	Total	102																																																																																	
			Portugal	96																																																																																	
			Moçambique	4																																																																																	
			França	-																																																																																	
			Espanha	-																																																																																	
		Entradas por localização (n.º)	USA + Macau	2																																																																																	
			<30	61																																																																																	
			30 a 50	40																																																																																	
			>50	1																																																																																	
			Entradas por faixa etária (n.º)	Homens			58																																																																														
		Mulheres		44																																																																																	
		Total		9%																																																																																	
		Taxa de novas contratações (%)	Homens	5%																																																																																	
			Mulheres	4%																																																																																	
			<30	5%																																																																																	
			30 a 50	4%																																																																																	
			>50	0%																																																																																	
		Saídas	Total	77																																																																																	
			Portugal	74																																																																																	
			Moçambique	3																																																																																	
França	-																																																																																				
Espanha	-																																																																																				
Saídas por localização (n.º)	USA + Macau	-																																																																																			
	<30	6																																																																																			
	30 a 50	53																																																																																			
	>50	18																																																																																			
	Saídas por faixa etária (n.º)	Homens	61																																																																																		
Mulheres		16																																																																																			
Total		7%																																																																																			
Saídas por género (n.º)	Homens	5%																																																																																			
	Mulheres	1%																																																																																			
	<30	1%																																																																																			
	30 a 50	5%																																																																																			
	>50	2%																																																																																			

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

① INDICADORES RELEVANTES

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

GRI 403 - SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL											
		Indicador	2015	2016	2017						
					Total	M				F	
403-2	Tipos e taxas de acidentes, doenças ocupacionais, dias perdidos, absentismo e número de mortes relacionadas com o trabalho	Acidentes (N.º)	132	129	110	96	14	V	3	8	
		Dias perdidos por acidente de trabalho (N.º)	1209	1114	521	514	7				
		Acidentes com ITA (N.º)	47	41	20	18	2				
		Óbitos relacionados com trabalho (N.º)	-	1	-	-	-				
		LTAR	42	39	17	-	-				
		Taxa de absentismo (%) (total de dias perdidos por absentismo/n.º total de dias potenciais)	4,3	4,8	4,0	3,6	5,1				
GRI 404 - FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO											
404-1	Médias de horas de formação por ano e por colaborador	Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Formação					V	6	4	5	8
GRI 405 - DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES											
405-1	Diversidade dos órgãos de <i>governance</i> e dos colaboradores	Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Os colaboradores do Super Bock Group distribuem-se da seguinte forma					V	6	5	8	
407 - LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA											
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com as Práticas de Compra, o tema “Gestão e Controlo da Cadeia de Valor” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório - Materialidade).								
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com práticas de compra (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor).								
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor).								
407-1	Operações e fornecedores em que o direito à liberdade de associação e negociação coletiva pode estar em risco	O Super Bock Group declara no seu Código de Conduta de Fornecedores rejeitar toda e qualquer forma de violação do direito de liberdade de associação e negociação.					V	3	8		
408 - TRABALHO INFANTIL											
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com as Práticas de Compra, o tema “Gestão e Controlo da Cadeia de Valor” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório - Materialidade).								
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes	O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com práticas de compra (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor).								
	103-3	Evolução da forma de gestão	O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor).								
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de incidentes de trabalho infantil	O Super Bock Group declara no seu Código de Conduta de Fornecedores rejeitar toda e qualquer forma de trabalho infantil.					V	5	8	16	

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

① INDICADORES RELEVANTES

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

GRI 413 - COMUNIDADES LOCAIS						
413-1	Operações com envolvimento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento de programas	Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Desenvolvimento da Comunidade	V	1		
GRI 414 - AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES						
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com as Práticas de Compra, o tema “Gestão e Controlo da Cadeia de Valor” foi considerado um tema de materialidade. Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com as Práticas de Compra, o tema “Gestão e Controlo da Cadeia de Valor” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório - Materialidade). O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com práticas de compra (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor). O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 3. Cadeia de Valor).			
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes				
	103-3	Evolução da forma de gestão				
414-1	Novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios sociais	No ano de 2017 o Super Bock Group utilizou no processo de seleção de fornecedores os princípios expressos no código de conduta de fornecedores, que garante um alinhamento com a estratégia da empresa do ano de 2017.	V	8		
414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de abastecimento e medidas tomadas	No ano de 2017 o Super Bock Group não identificou nenhum fornecedor com impactos sociais significativos negativos de acordo com os critérios definidos no código de conduta de fornecedores, que está alinhado estratégia da empresa do ano de 2017.	V		5 8 16	
GRI 416 - SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE						
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com as Práticas de Compra, o tema “Gestão e Controlo da Cadeia de Valor” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório - Materialidade). O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com práticas de compra (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Conformidade). O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Conformidade).			
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes				
	103-3	Evolução da forma de gestão				
416-1	Avaliação dos impactos na saúde e segurança das categorias de produtos e serviços	Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Conformidade As auditorias de SST são realizadas por uma entidade externa - <i>Interprev</i> , por forma a dar resposta ao requisito legal relativo ao serviço de segurança e saúde no trabalho (DL3/2014). Em 2017, foi reforçado este acompanhamento no âmbito do projeto USAFE e foram contratualizados cerca de 205 dias de trabalho in loco com a <i>Interprev</i> (entidade em todos os sites produtivos com exceção de Leça).	V			
416-2	Não-conformidades relativas aos impactos na saúde e segurança das categorias de produtos e serviços	Em 2017, o SBG não teve não conformidades com regulamentos e códigos voluntários por parte das entidades oficiais.	V		16	
GRI 417 - MARKETING E ROTULAGEM						
Formas de Gestão	103-1	Explicação do tema material e dos seus limites	Os temas materiais do Super Bock Group tiveram como base o cruzamento dos resultados da auscultação de <i>stakeholders</i> com a perspetiva interna da organização. Com relação direta com as Práticas de Compra, o tema “Gestão e Controlo da Cadeia de Valor” foi considerado um tema de materialidade elevada (ver capítulo: Anuário de Bordo_Fecho 2. Sobre o Relatório - Materialidade). O Super Bock Group tem promovido ao longo dos anos diversas iniciativas relacionadas com práticas de compra (ver capítulo: Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Conformidade). O Super Bock Group realiza a medição e monitorização dos indicadores associados a este aspeto e reporta-os neste relatório (Continente da Sustentabilidade 7. Desempenho Social - Conformidade).			
	103-2	A forma de gestão e os seus componentes				
	103-3	Evolução da forma de gestão				

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

① INDICADORES RELEVANTES

TABELA GRI PARA A OPÇÃO “ESSENCIAL”

417-1	Requisitos de informação e rotulagem para produtos e serviços	Na rotulagem, para além da informação de carácter legal (a lista de ingredientes, por exemplo), disponibilizamos um conjunto de informações, quantitativas e qualitativas, de interesse para os consumidores, como sejam os avisos para grávidas nas bebidas com álcool ou a referência ao modo de conservação do produto. A elaboração da rotulagem dos produtos, realizada pela Direção da Qualidade, Ambiente e Segurança, contempla ações de controlo da conformidade legal do produto desenvolvido, desde as matérias-primas ao produto final, com base nos requisitos de qualidade e segurança alimentar. Nos rótulos dos nossos produtos fazemos ainda questão de indicar a Linha do Consumidor e o endereço do site SBG. Estabelecemos, também deste modo, canais de comunicação contínua, prestando a informação adicional que nos for solicitada.	V	12 16
417-2	Não-conformidades relativas à informação e rotulagem de produtos e serviços	Em 2017, o SBG não teve não conformidades com regulamentos e códigos voluntários por parte das entidades oficiais.	V	16
417-3	Não-conformidades relativas a comunicações de <i>marketing</i>	Em 2017 o SBG foi notificado de dois processos da Autorregulação Publicitária. Não foi aplicada nenhuma sanção ou outro tipo de aviso.	V	

LEGENDA:

V - Verificado

Princípios UNGC - United Nations Global Compact

ODS - Objectivos de Desenvolvimento Sustentável

Relatório Independente de Garantia Limitada de Fiabilidade

Exmo. Conselho de Administração

Introdução

1 Fomos contratados pela Administração da Super Bock Group, S.G.P.S., S.A. (“Super Bock Group” ou “Empresa”) para a realização de um trabalho de garantia limitada de fiabilidade sobre os indicadores GRI, versão GRI Standards, que integram a informação de sustentabilidade, incluídos no Relatório de Gestão 2017, relativos ao ano findo em 31 de dezembro de 2017, preparados pela Empresa para efeitos de divulgação do seu desempenho anual em matéria de sustentabilidade.

Responsabilidades

2 É da responsabilidade do Conselho de Administração a preparação dos indicadores GRI, incluídos no Relatório de Gestão 2017, de acordo com as diretrizes para reporte de Sustentabilidade “Global Reporting Initiative” (“GRI”), versão GRI Standards, e com as instruções e critérios divulgados no Relatório de Gestão 2017, bem como a manutenção de um sistema de controlo interno apropriado, que permita uma adequada preparação da informação mencionada.

3 A nossa responsabilidade consiste em emitir um relatório de garantia limitada de fiabilidade, profissional e independente, baseado nos procedimentos realizados e especificados no parágrafo abaixo.

Âmbito

4 O trabalho que realizámos foi efetuado de acordo com a Norma Internacional sobre Trabalhos de Garantia de Fiabilidade (ISAE) 3000 (Revista) “Trabalhos de Garantia de Fiabilidade que Não Sejam Auditorias ou Revisões de Informação Financeira Histórica”, emitida pelo *International Auditing and Assurance Standards Board* da *International Federation of Accountants*. Esta Norma exige que planeemos e executemos o trabalho de garantia limitada de fiabilidade com o objetivo de obter um grau de segurança limitado sobre se os indicadores GRI Standards estão isentos de distorções materialmente relevantes.

5 O nosso trabalho de garantia de fiabilidade limitada consistiu ainda na realização de procedimentos com o objetivo de obter um grau de segurança limitado sobre se a Empresa aplicou, na informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Gestão 2017, as diretrizes GRI Standards, para a opção “De acordo – Essencial”.

6 Para tanto o referido trabalho consistiu em:

- (i) Indagar a gestão e principais responsáveis das áreas em análise para compreender o modo como está estruturado o sistema de informação e a sensibilidade dos intervenientes às matérias incluídas no relato;
- (ii) Identificar a existência de processos de gestão internos conducentes à implementação de políticas económicas, ambientais e de responsabilidade social;
- (iii) Verificar, numa base de amostragem, a eficácia dos sistemas e processos de recolha, agregação, validação e relato que suportam a informação de desempenho supracitada, através de cálculos e validação de dados reportados;
- (iv) Confirmar a observância de determinadas unidades operacionais às instruções de recolha, agregação, validação e relato de informação de desempenho;
- (v) Executar, numa base de amostragem, alguns procedimentos de consubstanciação da informação, através de obtenção de evidência sobre informação reportada;

PricewaterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda.

Sede: Palácio Sottomayor, Rua Sousa Martins, 1 - 3º, 1069-316 Lisboa, Portugal

Tel +351 213 599 000, Fax +351 213 599 999, www.pwc.pt

Matriculada na CRC sob o NUPC 506 628 752, Capital Social Euros 314.000

Inscrita na lista das Sociedades de Revisores Oficiais de Contas sob o nº 183 e na CMVM sob o nº 20161485

- (vi) Comparar os dados financeiros e económicos incluídos na informação de sustentabilidade com os auditados pela PwC SROC, no âmbito da revisão legal das demonstrações financeiras da Super Bock Group do exercício findo em 31 de dezembro de 2017;
- (vii) Analisar o processo de definição da materialidade dos temas de sustentabilidade, com base no princípio da materialidade previsto nas diretrizes GRI Standards, de acordo com a metodologia descrita pela Empresa no Relatório;
- (viii) Verificar que a informação de sustentabilidade a incluir no Relatório cumpre com os requisitos das diretrizes da GRI Standards, para a opção “De acordo – Essencial”.

7 Os procedimentos efetuados foram mais limitados do que seriam num trabalho de garantia razoável de fiabilidade, por conseguinte, foi obtida menos segurança do que num trabalho de garantia razoável de fiabilidade.

8 Entendemos que os procedimentos efetuados proporcionam uma base aceitável para a nossa conclusão.

Qualidade e independência

9 Aplicamos a Norma Internacional de Controlo de Qualidade 1 (ISQC1) e, como tal, mantemos um sistema de controlo de qualidade, incluindo políticas e procedimentos documentados relativos ao cumprimento dos requisitos éticos, normas profissionais e requisitos legais e regulatórios aplicáveis.

10 Cumprimos com os requisitos de independência e ética do código de ética do *International Ethics Standards Board for Accountants* (IESBA) e do código de ética da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (OROC).

Conclusão

11 Com base no trabalho efetuado, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a concluir que os indicadores GRI Standards que integram a informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Gestão 2017, relativos ao ano findo em 31 de dezembro de 2017, não tenham sido preparados, em todos os aspetos materialmente relevantes, de acordo com os requisitos das diretrizes GRI Standards e com as instruções e critérios divulgados no mesmo e que a Super Bock Group não tenha aplicado, na informação de sustentabilidade incluída no Relatório de Gestão 2017, as diretrizes GRI Standards.

Restrições de uso

12 Este relatório é emitido unicamente para informação e uso do Conselho de Administração da Empresa, para efeitos da divulgação do Relatório de Gestão 2017, pelo que não deverá ser utilizado para quaisquer outras finalidades. Não assumiremos quaisquer responsabilidades perante terceiros, para além da Super Bock Group, pelo nosso trabalho e pela conclusão expressa neste relatório, o qual será anexado ao Relatório de Gestão 2017 da Empresa.

7 de junho de 2018

PricewaterhouseCoopers & Associados
- Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda.
representada por:



António Brochado Correia, R.O.C.

ANUÁRIO DE BORDO – FECHO

② SOBRE O RELATÓRIO

O Super Bock Group dá continuidade à sua prática de reporte anual de informação de sustentabilidade e publica o Relatório de Gestão 2017, com informação integrada sobre o nosso desempenho a nível económico, social e ambiental.

Período de reporte e âmbito

O período de reporte incide sobre a atividade do Super Bock Group durante o ano de 2017 – 1 de janeiro a 31 de dezembro – e inclui, sempre que apropriado, a evolução dos principais indicadores, tendo em vista uma melhor compreensão do progresso alcançado nos últimos anos. No que respeita a indicadores operacionais, resumimos esta análise a partir dos indicadores específicos, em função do volume de produção, de modo a melhor refletir a eficiência de gestão dos recursos associados. No caso dos indicadores de recursos humanos incluímos informação da operação comercial em Moçambique.

Global Reporting Initiative (GRI)

Este relatório foi elaborado de acordo com as mais recentes orientações da *Global Reporting Initiative (GRI Standards)*, para a opção “Essencial”. Desta forma, asseguramos a qualidade da informação relatada e a comparabilidade dos indicadores reportados. A tabela GRI, onde consta a listagem dos indicadores reportados, pode ser consultada no site www.superbockgroup.com/detalhe/relatorios-de-gestao.

Verificação externa

Este relatório foi verificado por uma entidade independente que avaliou os processos de recolha, tratamento e reporte dos principais dados ambientais, sociais e económicos, constantes nesta exposição, e aferiu a fiabilidade da informação relacionada com os indicadores de desempenho essenciais e com os conteúdos definidos nas Diretrizes *GRI Standards*. Este relatório foi verificado pela PricewaterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda. conforme relatório disponível em www.superbockgroup.com/detalhe/relatorios-de-gestao.

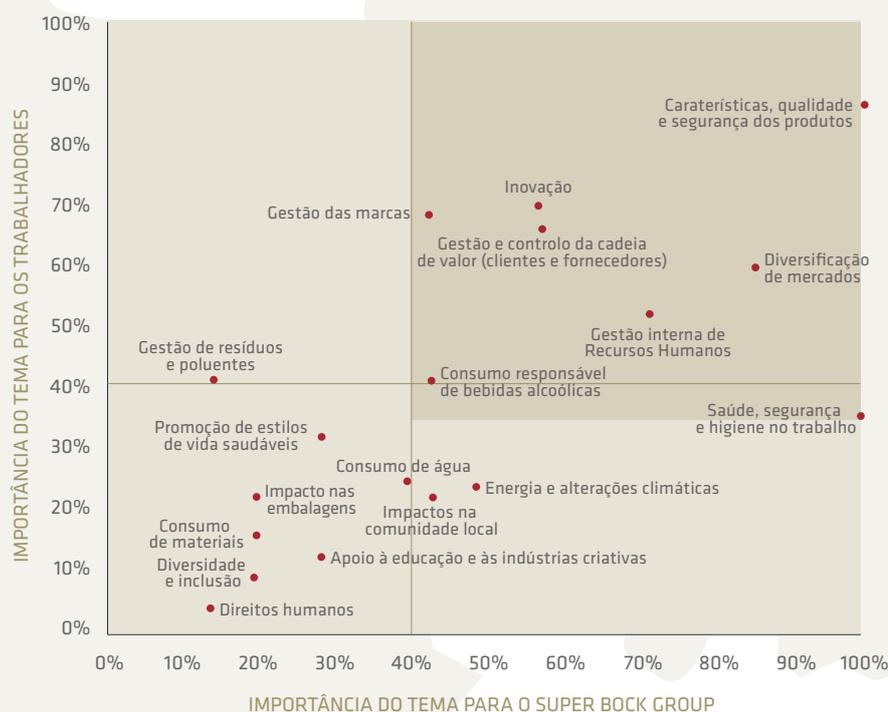
Contactos

Se necessitar de mais informações ou esclarecimentos suplementares, sobre todos os Relatórios de Gestão, ou desejar fazer comentários e sugestões, por favor não hesite em contactar-nos: Super Bock Bebidas, S.A. - Comunicação, Tel: 00 351 229052100 Fax: 00 351 229052300 email: sbg.direto@superbock-group.com; Morada: Apartado 1044 - 4466-955 São Mamede de Infesta.

Materialidade

A estrutura e conteúdos do presente relatório encontram-se alinhados com a matriz de materialidade que identifica os temas mais relevantes para a sociedade e para os stakeholders do Super Bock Group.

MATRIZ DE MATERIALIDADE



Este Relatório chegou ao fim.

Para o Super Bock Group representa o registo de um ano de transformação positiva profunda.

Esperamos que o possa inspirar a transformar 2018 num dos melhores anos da sua vida.



SUPER BOCK GROUP